

KOE 15 - NÄYTÖKSEN  
VISUAALISEN ILMEEN  
LUOMINEN

---

*Visualization for  
KOE15-fashion show*

Tino Nyman

*Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilu- ja taideinstituutti  
Viestinnän koulutusohjelma:  
graafinen suunnittelu*

ohjaajat:

*Julia Ojapelto  
Penni Osipow  
Christoffer Leka  
Minna Cheung*

*Opinnäytetyö  
130 sivua  
(pdf-versio: 65 sivua)  
Syksy, 2016*

Tino Nyman

*Lahti University of Applied Sciences  
Institute of Design and Fine Arts  
Degree Programme in Visual  
Communication: Graphic Design*

mentors:

*Julia Ojapelto  
Penni Osipow  
Christoffer Leka  
Minna Cheung*

*Graduation project  
130 pages  
(pdf-version: 65 pages)  
Autumn, 2016*

## *Tiivistelmä*

Opinnäytetyöni aiheeni oli KOE15- muotinäytöksen visuaalisen ilmeen luominen ja suunnittelu. Valmistuvat muoti- ja vaatetussuunnittelijat (MUVA11-ryhmä) toimivat projektin osalta asiakkainani. Näytös oli osa Muotoiluinstituutin MI15-tapahtumaa, joka pidettiin 2.6.2015 Kattilahallissa Helsingissä.

Työni sisälsi tapahtuman konseptin, typografian, tunnuksen, väri- ja kuvamaailman luomisen sekä ilmeen jalkautuksen työstämisen ja toteutuksen. Projekti toteutettiin yhteistyössä MUVA11-ryhmän kanssa. Toimin produktissa art directorina (AD), jolla oli päävastuu tapahtuman visuaalisesta ilmeestä. Tapahtuman sivuston koodauksen toteutti Daniel Patty ja projektissa valokuvaajina toimivat Aleksi Tikkala ja Tiina Eronen.

Luomani visuaalisen ilmeen lähtökohtana oli nostaa tapahtuman erottuvuutta ja houkuttelevuutta, ja tavoitteenani lisätä KOE15- näytöksen kävijämäärää. Henkilökohtaisena tavoitteenani oli lisätä luovaa ajattelua konseptisuunnittelun osalta ja kehittää ongelmanratkaisukykyäni. Toivon produktin kirjallisen materiaalin olevan hyödyllinen apuväline opiskelijoille, jotka suunnittelevat visuaalista ilmettä pienelle tapahtumalle.

### *avainsanat:*

visuaalinen identiteetti, konseptisuunnittelu, muotinäytös

## *Abstract*

The objective of my graduation project was to create and design a visual identity for KOE15- fashion show. My clients were the graduate students of the fashion and clothing department (MUVA11-group). The fashion show was a part of Lahti Institute of Design's MI15 event, held in Kattilahalli, Helsinki, on the 2nd of June, 2015.

I was responsible for creating the show's concept, typography, color theme and overall imagery. In addition, I also execute implementations of the visual identity. The project was realized in collaboration with MUVA11-group. As the project's art director, the show's visual identity was my main responsibility. Daniel Patty created the event website, while Tiina Eronen and Aleksi Tikkala were in charge of the photography.

The primary goal of the new visual identity was to increase the event's visibility and attract more visitors to the show. My personal goal was to boost creative thinking in regard to concept design and to develop my problem solving skills. I hope that the project's written material will be a beneficial learning tool for students who wish to design visual identities for small events.

### *keywords:*

visual identity, concept design, fashion show

# Sisällysluettelo

I.	Suunnittelun prosessi	05
1.1	Johdanto .....	06
1.2	Projektin valinta .....	07
1.3	Lähtökohdat & tavoitteet .....	07
1.4	Henkilökohtaiset tavoitteet .....	08
1.4.1	Irtiotto edellisestä vuodesta .....	08
1.4.2	Ammatilliset tavoitteet .....	09
1.5	Prosessi & menetelmät .....	10
II.	Ilmeen rakentaminen	13
2.1	MUVA-11, ryhmä näytöksen takana .....	14
2.2	Näytöksen teemat .....	15
2.3	Ilmeen visuaaliset elementit .....	19
2.3.1	LOGO – tapahtuman tunnus .....	20
2.3.1.1	Logon ideointi .....	20
2.3.1.2	Logon muotoilu & lopputulos .....	22
2.3.2	Värimaailma .....	24
2.3.2.1	Värimaailman muodostuminen .....	25
2.3.2.2	Värimaailman selkiytyminen .....	26
2.3.3	Kuvamaailma .....	27
2.3.3.1	Promokuvat .....	28
2.3.3.2	Pääkuvan hahmottuminen & lopputulos .....	28
2.3.3.3	Suunnittelijakuvat .....	34
2.3.4	Typografia .....	35
2.3.4.1	Koe15_sans .....	36
2.3.4.2	Visuaalisen ilmeen typografia muodostuu .....	38

III.	Ilmeen toteutus	39
3.1	Jalkautukset .....	40
3.2	Kutsut .....	41
3.3	Julisteet & flyerit .....	44
3.3.1	Julisteet .....	44
3.3.2	Flyerit – lentolehtiset .....	47
3.4	Käsiohjelma & suunnittelijakatalogi .....	48
3.5	Sähköinen ympäristö .....	51
3.5.1	Sosiaalinen media .....	52
3.5.2	Tapahtuman nettisivusto .....	53
3.5.3	Sivusto kokonaisuudessaan .....	56
IV.	Päätäntä	57
4.1	Itsearviointi .....	58
4.2	Visuaalinen ilme kokonaisuudessaan .....	59
V.	Lähteet	61
5.1	Kirjallinen .....	62
5.2	Sähköiset lähteet .....	62
5.3	Kuvalähteet .....	63
☺	Kiitokset	64



S U N N I T E L U N  
P R O S E S S I

I

## Johdanto

1.1

KOE-tapahtuma on Muotoiluinstituutin vuosittainen muotinäytös, jossa esitellään muoti- ja vaatesuunnitteluosaston vaatemallistoja. Näytöksen pääosassa ovat valmistuvat opiskelijat, joiden mallistot päättävät näytöksen. Jokainen mallisto rakentuu asukokonaisuuksista, joita on viidestä kahdeksaan. Valmistuvien opiskelijoiden lisäksi KOE-muotinäytös esittelee alempien vuosikurssien luomuksia. Näytöksellä on vuosittain ollut vaihtuva teema, joka edustaa esiteltäviä mallistoja.

Kolmatta vuotta peräkkäin näytöksen nimi on ollut "KOE". Nimi muodostaa valmiin brändin eli tietyn mielikuvan tapahtumasta. Vaikka toimeksiantonani oli luoda näytöksen visuaalinen ilme, oli minun myös jatkettava ja kehitettävä muotinäytöksen mielikuvaa.

O: KOE15-näytös

Kuvassa asukokonaisuus Elina Liimatan  
My Point of Weave- mallistosta.

O: Aleksi Tikkala, 2015.



## Projektin valinta

1.2

Lähdin mukaan projektiin mielenkiinnosta tehdä kokeilevaa ja vapaata graafista suunnittelua. Aihealueessa on paljon konventioita, joita halusin kyseenalaistaa. Lähtökohtanani oli kokeilla rajoja, ilman että lopputuloksen informatiivisuus ja käytettävyyks kärsisi.

Kulttuuriprojektit, mitä KOE15-tapahtuma edustaa, nojaavat usein yritysilmelitä vapaampaan visuaaliseen ilmaisuun. Kohdeyleisö on rajatumpaa. Tapahtuman kertaluontoisuus oli myös houkutteleva osatekijä. Ilmeen ei tarvinnut kestää aikaa, vaan sen tuli houkutella ja puhutella rajattua yleisöä pienen ajanjakson. Visuaalisen viestinnän runsaan tarjonnan keskellä tapahtuman viestin välittäminen on haastavaa, joten konventioiden kyseenalaistaminen oli suotavaa.

Koin antavani projektille lisäarvoa oman käden jälkeni ja makuni siivittämänä. Kuvailisin visuaalista ilmaisuani melko "siistiksi" ja yksinkertaiseksi, pienellä kokeellisuudella. Koen myös hallitsevani hyvin kokonaisuuksia, mikä oli suuri etu KOE15-projektin tekemisessä.

## Lähtökohdat & tavoitteet

1.3

KOE-tapahtuma on lähtöalusta valmistuville suunnittelijoille. Lopputyömallistolla valmistuvat opiskelijat hakevat joko jatkokoulutuspaikkaa tai töitä koulun jälkeen.

Vuosittaisen KOE-näytöksen koostuessa erilaisista työryhmistä ja suunnittelijoista, oli tapahtuman edustettava Muotoiluinstituuttia sekä vuosikursien henkilökohtaista makua ja näkemystä. Ilmettä luodessa edellä mainittua seikkaa ei täysin voinut olla sivuuttamatta, vaikka valmistuvien opiskelijoiden mallistot olivat kuitenkin tapahtuman ydin.

Visuaalisen ilmeen lähtökohtana oli tapahtuman kiinnostavuuden ja kävijämäärän lisääminen. Näkyvyys ja räikeys oli päätavoitteeni visuaalisen ilmeen suunnittelussa.

Tapahtuman kiinnostavuus auttaa lisäämään muotisuunnittelijoiden ja Muotoiluinstituutin näkyvyyttä koulun ulkopuolella. KOE15-muotinäytöksen kohderyhmä sisälsi kotimaisen muotimaailman, bloggaajat, alan ammattilaiset sekä helsinkiläisen urbaanin kulttuuripiirin. Tapahtuman ilmeen tuli puhua esteettisellä tasolla kohdeyleisönsä kieltä. Sen piti olla aikansa mukainen, unohtamatta selkeyttä ja informatiivisuutta.

## Henkilökohtaiset tavoitteet

1.4

Tavoitteenani oli oman ammattitaitoni sekä tapahtuman ilmeen kehittäminen. Se tarkoitti irtaantumista aikaisemmasta ilmeestä, jonka olin tehnyt edellisenä vuonna yhdessä Ilmari Kumpusen kanssa.

### Irtiotto edellisestä vuodesta

1.4.1

KOE14-ilme<sup>1-2</sup> oli feminiininen ja leikkisällä, jokseenkin ilkikurisella tavalla hillitty. Visuaalinen ilme oli ilmava ja raikas. Feminiinisyys näkyi ilmeen väripaletissa ja typografiassa. Nämä olivat ne visuaaliset elementit, jotka halusin täysin muuttaa KOE15-näytöksen ilmeessä.

Vuoden 2015 ilmeestä haluttiin sukupuolettomampaa ja visuaaliselta kieleltään voimakkaampaa. Sen piti olla myös riittävän erilainen aikaisempien KOE-näytösten visuaalisiin ilmeisiin verrattuna.

8

1: KOE14 -näytöksen juliste



Vuoden 2014 näytöksen teemoja olivat vastakohdat: aikuiset vastaan lapset, luonnon ja teknologian suhde sekä minimalismin ja maksimalismin yhteentörmäys.

<sup>1-2</sup>: Tiina Eronen, 2014.



## *Ammatilliset tavoitteet*

### *1.4.2*

Tavoitteeni oli kehittää organisointikykyäni, ryhmätyöskentelytaitoni ja budjetoinnin hallintaa.

Edellisen vuoden näytöksestä oppineena tiesin, että projekti vaatii paljon kommunikaatiokykyä sekä valmiutta reagoida nopeisiin, joskus negatiivisiinkin yllätyksiin.

Minun piti pystyä pitämään langat käsissäni visuaalisen ilmeen osalta. Graafinen ilme sisältää paljon osa-alueita, joihin yhden graafikon osaaminen ei välttämättä riitä. Nettisivujen toteutus oli varattu ohjelmoijalle. Promovalokuvat taas toteutettiin yhteistyössä valokuvaajien kanssa. Minun tuli pystyä toimimaan asiakkaan ja muiden tekijöiden välillä sekä organisoida eri tekijöiden kontribuutiot yhdeksi kokonaisuudeksi.

Kolmas ja perinteinen graafikon haaste oli budjetti. Jokaista painotuotetta miettiessä oli oltava varma, että se pysyi budjetissa. Tuotteiden osalta pystyin tekemään kustannustehokkaita ratkaisuja käyttämällä koulun laitteita.

## Prosessi & menetelmät

1.5

Työskentelyni perustui vahvasti asiakaslähtöisyyteen. Vaikka asiakas oli pääosassa, täytyi minun kuitenkin muistaa ammattimaisuuteni ja asemani projektissa. Visuaalinen ilme on graafisen suunnittelijan aluetta: luotin alusta lähtien vahvasti omaan näkemykseeni, unohtamatta kuitenkin kuunnella ulkopuolisia mielipiteitä. Valmistuvat opiskelijat antoivat paljon ideoita sekä vaatimuksia, joista minun oli valittava yleislinjaltaan toimivimmat elementit projektiin.

Hahmotteluvaiheessa suurena inspiraationani toimivat sosiaalinen media sekä erilaiset blogit ja yhteisöt internetissä. Varsinkin projektin alussa ulkoiset lähteet auttoivat hahmottamaan omia näkemyksiäni asiakkaalle. Suurimman huomioni netissä saivat Pinterest-sivusto sekä seuraavat blogit: Oculito, Saturday ja DOMO-A inspiration blog.

Edellä mainituilla blogisivustoilla oli muutamia töitä, jotka toimivat tärkeinä innoittajina. Prosessin edetessä yritin kuitenkin olla nojaamatta liikaa muiden

töihin. Ulkoiset inspiraatiot toimivat enemmänkin herättäjinä siihen, mitkä teemat olivat juuri nyt pinnalla suunnittelu- ja muotimaailmassa.

Graafisen suunnittelun maailman lisäksi myös muotimaailma toimi inspiraationani. Osatakseni suunnitella toimivan ilmeen muotinäytökselle, oli minun tiedettävä mikä vetoaa kohdeyleisöön. Muotitaloista maininnan arvoiset innoittajat olivat Acne Studio<sup>3</sup> ja Kenzo<sup>4</sup>. Kyseiset studiot edustavat omilla toisistaan poikkeavilla tavoillaan tämän hetkistä trendikästä linjaa. Kenzo luottaa rikkaaseen ja jokseenkin futuristiseen visuaalisuuteen. Acne studio puolestaan nojaa yksinkertaiseen ja voimakkaaseen, tämän päivän riisuttuun, jokseenkin ankeaan pohjoismaiseen tyyliin.

Kirjallisena lähteenä brändäämisen osalta toimi Alina Wheelerin *Designing Brand Identity* -teos. Muita tärkeitä kirjallisia lähteitä suunnittelussani olivat Markus Itkosen *Typografian* käsikirja sekä Jorma Hinkan *Graafisen suunnittelijan toinen kieli*.

3: Vivian Sassen, 2014.

4: Jean-Paul Goul, 2014.



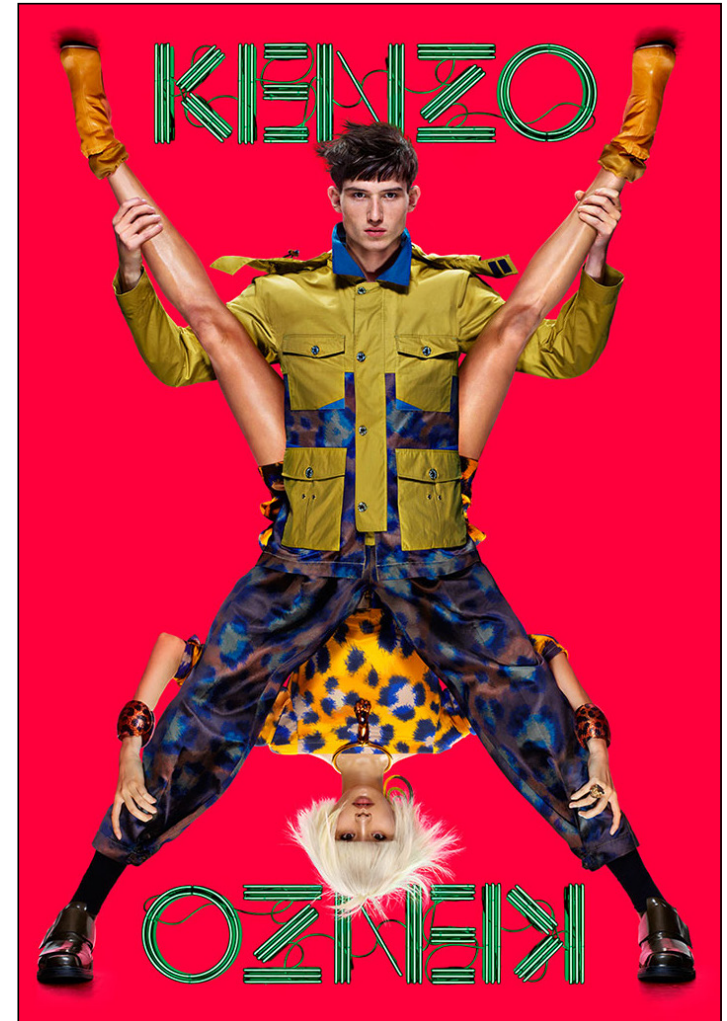
3: Acne studion syksy/talvi 2014-15 kampanja



*Muotitalon riisuttu ilme kuvaa nykymuodin (2015) trendikästä ja suosittua linjaa: voimakkaat kuvat yhdistettynä pelkistettyyn graafiseen muotokieleen.*

11

4: Kenzon kevät/kesä 2013 kampanjan promokuva



*Kenzon "X-kampanja" luottaa vahvaan väriin ja visuaaliseen räikeyteen. Acne-studion tavoin Kenzo seuraa tämän päivän virtausta: humoristista ja ironista visuaalisuutta.*



Kirjojen lisäksi monet lehdet antoivat raikkaita näkemyksiä projektiin. Lehdet, kuten Printed Pages, käsittelivät graafisen suunnittelun lisäksi myös muotimaailma. Muotilehtien osalta inspiraationani toimivat ranskalainen WAD-lehti sekä kotimainen SSAW<sub>5</sub>. Edellä mainitut lehdet edustavat marginaalista, edellä käyvää siipeä muotimaailmassa ja vetoavat ennen kaikkea muotoilijanuorisoon. Kotimainen SSAW-muotilehti pyrkii myös visuaalisesti erottautumaan massasta. Lehti on hyvä katsaus muodin edelläkävijöiden visuaaliseen maailmaan.

Kirjat toimivat projektin alussa vahvemmin viitteenä tekemiselle, mutta projektin edetessä oma näkemykseni vei tekemistä vahvasti eteenpäin. Suuntaviivojen valitsemisen jälkeen prosessi muuttui itsenäisemmäksi. Tavoitteenani oli luoda ensin ilmeen visuaalinen teema ja henki asiakkaan kanssa. Teeman pohjalta oli luotava ilmeen visuaaliset elementit ja mietittävä kokonaisuus.

Ulkopuolisten tekijöiden mielipiteet olivat projektin alussa tärkeitä. Opiskelijakollegoiden mielipidettä kuuntelin usein. Huomioin melko paljon heidän mielipiteitään projektin aikana, pitäen kuitenkin kiinni henkilökohtaisesta visiostani produktin lopputuloksesta.



ILMEEN  
RAKENTAMINEN

2

## MUVA-11, ryhmä näytöksen takana

2.1



14

KOE-muotinäytös keskittyi kollektiivin aikaansaannoksiin, esitellen yleisesti Muotoiluinstituutin Muoti- ja vaatesuunnitteluosaston töitä. Näytös keskittyi vahvasti valmistuvien suunnittelijoiden mallistoihin, jotka määrittivät näytöksen olemuksen.

MUVA11 -ryhmään kuului 8 valmistuvaa suunnittelijaa. Jokainen suunnittelija työsti oman malliston, johon kuului 5-8 asukokonaisuutta.

Yleiset periaatteet tuntuivat olevan ryhmän jäsenten välillä samanlaiset. Mallistot olivat joko ekologisesti tai sosiaalisesti kantaa ottavia. Yksi mallisto käsitteli luonnon saastumista, toinen mallisto taas keskittyi naisen vanhenemiseen ja sen prosessiin. Näin ollen myös mallistojen kohderyhmät poikkesivat toisistaan. Vaikka mallistot olivat yksilölliset ja toisistaan erottuvat, täytyi niistä muodostaa yhtenäinen kokonaisuus näytökseen. Näytöksen visuaalinen ilme ei voinut edustaa yksittäisen suunnittelijan mallistoa, joten keskityimme enemmän yleisiin teemoihin mallistojen välillä.

6: MUVA 11-ryhmä

Valmistuvat opiskelijat: (vasemmalta oikealle) Aliina Lintulaakso, Tuuli Pursiainen, Hennariika Kääriäinen, Iris Herttua, Elsa-Maria Pakkala, Minja Penttinen & Elina Liimatta

## Näytöksen teemat

### 2.2

Aloimme suunnitella näyttökseen teemaa tammi-kuussa. Kävimme tapaamisissa keskustelua suunnittelijoiden mallistoista ja heidän *moodboardeistaan* ①. Ryhmä toivoi ilmeen olevan erottuva ja rohkea. Visuaalinen kerronta haluttiin lähtökoh-  
taisesti rajata, jopa rujoonkin ilmaisuun.

Suunnittelijoiden henkilökohtaiset moodboardit aut-  
toivat hahmottamaan mallistojen ideat ja lähtökoh-  
dat. Tällä tavalla seuloutui muutama yleinen teema.

Minulle annettiin vapaus valita kiinnostavimmat  
aiheet ja muodostaa niistä ilme-ehdotus. Mielestäni  
kiinnostavimpina aiheina näyttöksen ilmeelle olivat  
käytännöllisyys ja muunneltavuus 7-9, aika 10-11,  
sukupuolettomuus 12, sekä perinteisyyden ja tekno-  
logian yhteentörmäys 13.

#### ① *moodboard*

Kuvista, teksteistä ja materiaalinäytteistä koostuva  
kollaasi. Moodboard voi olla joko fyysisessä tai  
digitaalisessa muodossa, ja se on tehokas esitysväline.  
Moodboardin avulla selkeytetään projektiin haluttava  
visuaalinen tyyli.

Edellisen vuoden Koe14-muotinäytös keskittyi vah-  
vasti logoon, erillisiin kuvituselementteihin, kuva-  
kollaasiin ja tilaan. Olin päättänyt jo alkuvaiheessa  
nykyisen näyttöksen keskittyvän visuaaliseen yksin-  
kertaisuuteen sekä kuvan ja typografian yhteistyö-  
hön. Pelkistetty kuvamaailma, voimakkaat värit  
ja typografia olivat elementit, joilla aloin rakentaa  
ilmettä MUVA11-ryhmälle.

Ilme-ehdotuksissa pyrin hahmottamaan näyttöksen  
visuaaliset elementit melko tarkasti, jotta saisin  
palautetta ryhmältä. Tämä auttoi jo heti alkuvai-  
heessa karsimaan ideoita ja selkeyttämään näke-  
mystäni. Alkuvaiheessa päätettyjä elementtejä  
olivat väriteema, typografia, logon muunneltavuus  
sekä tapahtuman kuvamaailma.

7: Agata Krolak, 2014.\*  
8: We meet Brands, 2014.  
9: We meet Brands, 2014.  
10: Non-Verbal Club, 2014.

11: Axel Pelletanche, 2015.  
12: Vivian Sassen, 2014.  
13: Bonsoir Paris, 2014.

\* teoksella on useampi tekijä:  
Agata Krolak, Gosia Stolinska hi.goszi, Joanna Grochocka, Martyna  
Wójcik-Śmierska, Ada Jarzebowska, Monika Grubizna, Karol Banach,  
Maria Dek, Kasia Balicka, Emma Dajska, Maria Ines Gulsä.

## 7: Käytännöllisyys & muunneltavuus

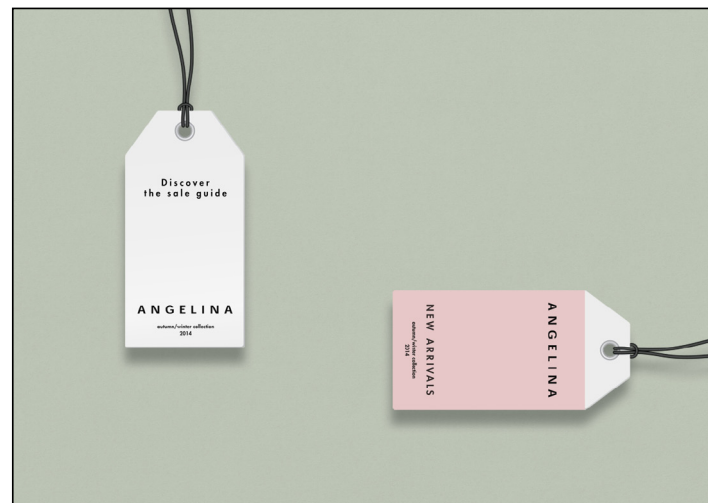
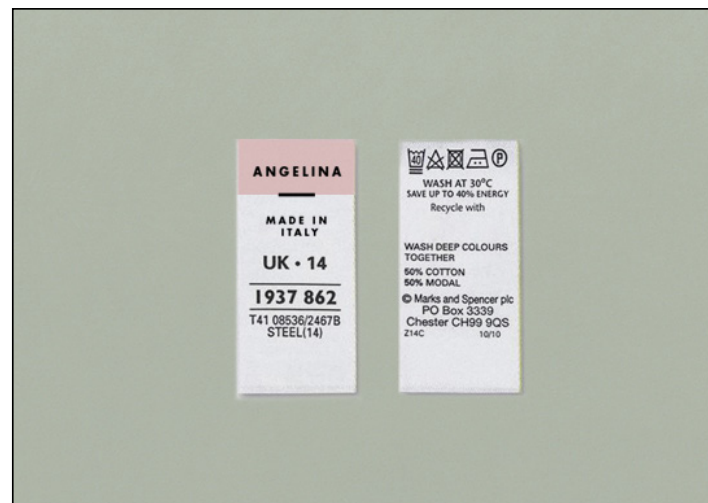


16

a

Aluksi ajattelin käytännöllisyyden näkyvän printtimateriaaleissa, edes näennäisesti. Flyer, eli lentolehtinen, ja julisteet olisi voitu tehdä kalenteri-formaattiin, johon informaation olisi saanut sisällytettyä.

## 8-9: Käytännöllisyys & muunneltavuus

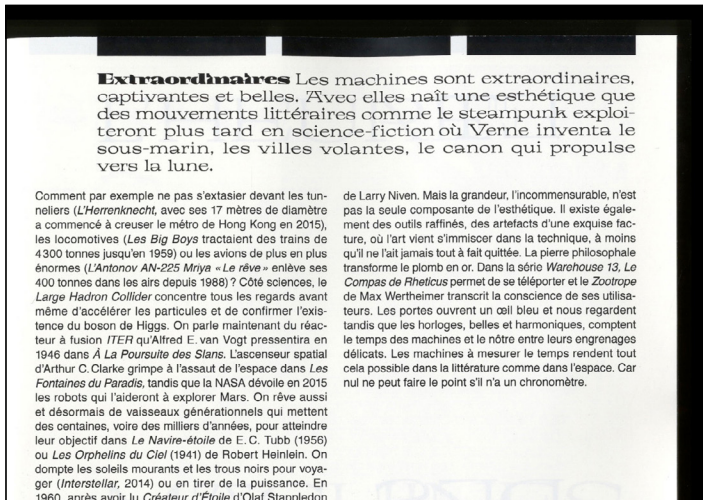
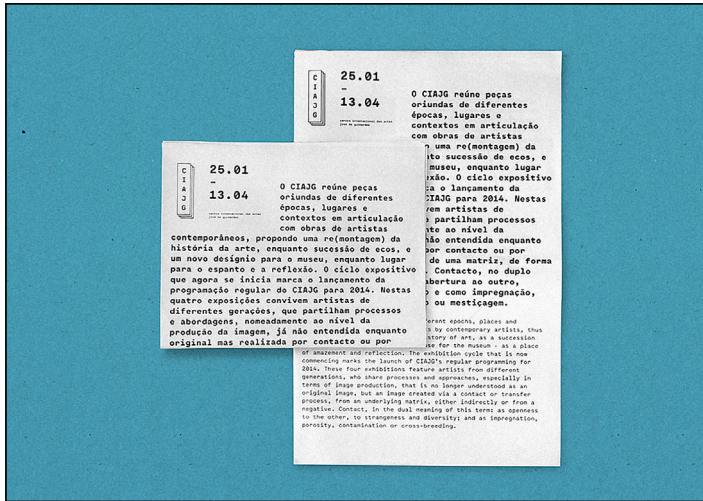


a

Pohdin olisivatko kutsut voineet jäljitellä vaatekauppojen hintalappuja muotokieleltään.



10-11: Aika & syklisyys



b

Aika-teeman ajattelin sisällyttää typografiaan. Kirjaintyyli vaihtelisivat aikakausittain, jolloin vanhat kirjainleikkaukset sulautuisivat modernimpiin kirjaintyyliihin.

12: Sukupuolettomuus



17

c

Kontrastin ja sukupuolisen neutraaliuden ajattelin luoda leikittelyllä sukupuoli-konventioilla: Väri voisi olla maskuliininen, mutta elementit sen ympärillä sitä vastoin henkisivät feminiinistä puolta.

ここに

BONSOIR PARIS

昔の愛こんばんは愛の街

& BEN SANDLER PRESENT

あそこ

JANE HEASTAIRSTYLIST

CHIAO CHENET

モデル

FORD TALENT

KEVIN ROSA ASSISTANT

YANN BOUSSAND LARCHER

JEAN-PAUL PAUL LA STYLIST

BEN SANDLER

フォトグラファー

A FASHION STORY FOR METAL MAGAZINE

メタル誌のファッションストーリー

ジャパン

インターネット上の専報

BONSOIR PARIS

アートディレクション

Näytöksen kuvamaailmassa ajattelin tuoda esiin perinteisyyden ja teknologian yhteen törmäyksen.

Ilmeen toteutuksien materiaalit jäljittelisivät myös tätä teemaa. Perinteinen mattapaperi yhdistettynä kiiltävään, moderniin materiaaliin.



## Ilmeen visuaaliset elementit

2.3

Visuaalinen ilme rakentuu perinteisesti logosta, liikemerkistä, väreistä, typografiasta ja kuvista. Visuaalinen ulkoasu lomakkeistosta sähköiseen ympäristöön rakennetaan edellä mainituilla elementeillä, joita käytetään läpi ilmeen.

Elementtien visuaalinen kieli tulisi tarkoituksellisesti suunnitella siten, että jokainen tekee osansa kokonaisuudessa. Ne yhdistävät ilmeen, samalla erottaen sen kilpailijoistaan.<sup>[1]</sup>

Tunnistettavuuden ei tulisi olla yhden elementin varassa, vaan kaikkien elementtien tulisi sekä yksin että yhdessä henkiä ilmettä.<sup>[2]</sup> Näillä periaatteilla lähestyin peruselementtien suunnittelua. Halusin jokaisen elementin edustavan omaa rooliaan kokonaisuudessa, sekä myös näytöksen teemoja sopivalla tavalla.

### *visuaalisen ilmeen peruselementit*

#### logo & liikemerkki

Logo on yrityksen (tapahtumankin) nimen kirjoitusasu, liikemerkillä taas tarkoitetaan tunnuksen kuvallista osuutta. [3]

#### värimaailma

Tunnusväri voi usein muodostua tunnisteeksi, kuten Coca-Colan punainen ja Fazerin sininen. Värien valinnassa otetaan usein huomioon värien symboliikka ja kulttuurinen merkitys. [4] [5]

#### kuvamaailma

Kuvamaailma edesauttaa brändin tarinan kertomista kohdeyleisölle. Mainonnan pääasiallinen tapa viestiä tarinaa.

#### typografia

Tukee ja luo ilmeelle persoonallisen hiljaisen sanoman. Monet brändit käyttävät ”talonfonttia”, joka on varta vasten suunniteltu brändille. Isoille yrityksille tulee usein myös edullisemmaksi tilata talonfontti, kuin ostaa lisenssi valmiista fontista. [6]

---

[1] Wheeler, 2013, s. 148

[2] Wheeler, 2013, s. 148

[3] Korhonen, 2007, s. 22

[4] Korhonen, 2013, s. 23-25

[5] Møllerup, 1985, s. 46-47

[6] Korhonen, 2013, s. 28-29

## LOGO – tapahtuman tunnus

### 2.3.1

Logo määrittää suurelta osin tapahtuman ole-  
musta, koska usein se sitoo yhteen tapahtuman  
visuaaliset elementit ja julkaisut. Logo on se  
elementti, johon visuaalinen ilme nojautuu vah-  
vasti.<sup>[7]</sup> Tapahtuman tunnus olikin ensimmäinen  
elementti, jota lähdin rakentamaan näytökselle.

### Logon ideointi

#### 2.3.1.1

Aika-teema vaikutti alussa eniten muotinäytöksen  
logon hahmotteluun.

Halusin logon olevan yksinkertainen ja muotokie-  
leltään vahva. Sukupuolettomuuden olin ajatellut  
näkyvän logon pelkistetyssä, neutraalissa kirjain-  
muotoilussa. Tavoitteenani oli feminiinisyys-  
välttäminen kirjainten muotokielessä. Logo voisi olla  
jopa maskuliininen, koska itse aihe ja kuvamaailma  
tulisivat tasoittamaan sitä sukupuolettomampaan  
suuntaan.

20

I4: Vivian Sassen, 2014.  
I5: AKU, 2015.  
I6: TSTO, 2014.

I7: Matt Chase,\*  
I8: Fliqlo.\*  
I9: Kenzo,\*

[7] Wheeler, 2013, s. 148

\* suunnittelija/vuosi ei tiedossa

I4



I5



I6



14–16: Acne studios, Tartmus (Tõnis Saadoja  
Exhibition) ja Flow-festivaali

Muutamia esimerkkejä pelkistetyistä, mutta silti  
kokonaisuutena, toimivista logoista niin yleisilmeissä  
että yksinään.



Logon visuaalisen ilmeen ideoinnissa valikoitui lopulta kolme versiota jatkokehittelyyn:

1 – *Vanhasta moderniin -teema*: Logon kirjainten leikkaus vaihtuisi vanhahtavasta muotokielestä moderniin tyyliin. Tämä edusti logon muotokielessä mielestäni hyvin syklisyyttä ja aikaa. 17

## KOE15

2 – *Digitaalikello*: KOE15-logo jäljentelisi visuaalisuudellaan digikelloa. "KOE" kirjainleikkaus olisi toteutettu perussiistillä fontilla ja numerot "15" jäljittelisivät puolestaan modernia digikelloa. Logon muunneltavuus olisi ollut helppoa tämän idean kanssa, koska sen animoiminen olisi helppoa ja luontevaa. 18

## KOE:15

3 – *Ääriiviivat-teema*: Logon muotokieli olisi hillitty ja melko yksinkertainen. Se mahdollistaisi ääriviivan käytön ilman että logon muotokieli menisi sekavaksi tai vaikeasti luettavaksi. Ääriiviivat toisivat hiljaista persoonallisuutta tunnukseseen. 19

## KOE15

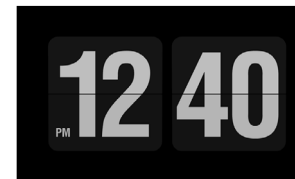
Kolmesta vaihtoehdosta ääriviiva-teema valikoitui jatkokehiteltäväksi. Olin päättänyt jo alkuvaiheessa logon olevan vaakasuuntainen, koska en halunnut liikaa nojata kahden edellisvuoden tunnuksen muotokieleen, jotka olivat hajotettuja neliöitä. Vaa-kaformaatti mahdollisti myös muunneltavuuden

21

17



18



19



17-19: "Liberal" kuvitus, digitaalinen "flip"-kello (Fliplo-näytönsäästäjä) ja Kenzo-tunnus

Muutamia esimerkkejä erilaisista visuaalisista tehokeinoista, joita koin pystyvänä hyödyntämään KOE15-näytöksen tunnuksen muotokielessä.

logon jalkautuksissa ilman että logo menettäisi tunnistettavuutensa. Kahdet ääriviivat taas loivat omituisuuden logon yleisolemukseen olematta liian häiritseviä.

Haasteena logon suunnittelussa oli kiinnostavuuden luominen yksinkertaiseen muotokieleen sekä numeroiden ja kirjainten yhteistyö. Päätin muotoilla merkit itse pyrkien säilyttämään niiden suhteen tasapainoisena. Päädyin melko aikaisessa vaiheessa kirjainten *päätteettömään* ② muotokieleen, joka edustaa mielestäni hyvin sukupuolettomuutta ja digikelloa.

## ② *päätteetön kirjain – groteski*

Groteski eli sans-serif on päätteetön ja viivoiltaan lähes tasavahva kirjaintyyli.

**a** *päätteellinen*   **a** *päätteetön*

Groteski on suhteellisen nuori kirjasintyyppi, jota on alettu suunnitella vasta 1800-luvun lopulla, kun hylättiin koristeelliset muodot ja typografiasta tuli osa tekstien sisältöä. [8]

[8] Ulrika Juselius, 2005

## *Logon muotoilu & lopputulos*

### *2.3.1.2*

Ensimmäisenä rakensin k-kirjaimen, koska koin sen olevan mielenkiintoisin kirjainmuodoltaan. Aloituskirjaimen muoto ratkaisi myös paljon lyhyessä sanassa. Sen piti täsmätä hyvin o-kirjaimen kanssa, jonka olin oletusarvoisesti hahmotellut tasaisen pyöreäksi. Lopulta päädyin pitämään k-kirjaimenkin melko yksinkertaisena, jotta se ei liikaa erottuisi muodoltaan muista yksinkertaisista kirjaimista. Tämä loi tasaisen rytmin koko tunnukselle. Personoin sen muuttamalla kulmaa kirjaimen kädestä. ① Muotoillessani kirjaimen kättä, pyrin tyhjän tilan olemuksen pysyvän k- ja o -kirjainten välillä samanlaisena, mitä se oli o- ja e -kirjainten välillä. ② Näin kirjainten muotokieli pysyi harmonisena. Logo sisälsi kuitenkin jännitteen k- ja o -kirjainten välillä rikkomatta tasapainoa pelkistetystä kokonaisuudesta.



①

*Havainnekuva kirjaimen käden personoinnista.*



②

*Tyhjä tila kirjainten välillä.*

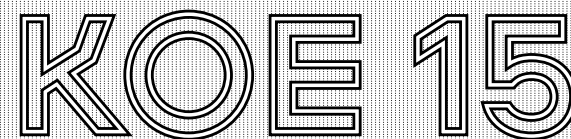
Numeroita suunnitellessani kokeilin useita tyylejä, jotka voisivat sopia kirjaimiin. Olin aluksi innostunut yhdistämään *egyptienne*-kirjasintyyppiä ③ päätteettömien kirjainten kanssa. Ajattelin ajan syklisyyden näkyvän selkeästi logossa. Lopulta koin idean turhan yksipuoliseksi ja päätin karsia sen pois. Poistin turhat kikkailut numeroiden muodoista sulauttaen numeroiden muotokielen kirjainten kanssa samaan muottiin.

Lopputuloksena ääriiviin käytöstä huolimatta, oli hällittyy ja selkeä. Kahdet ääriviivat merkeissä ja vaakakaformaatti mahdollistivat haluamani käytettävyyden tunnuksessa. Logon pystyi asettelemaan erisävyisten kuvien päälle ilman että se hukkui taustaan.

### ③ *egyptienne*-kirjaintyyli

*Egyptienne* on kehitetty antiikvan (pääteellisen kirjaintyylin) pohjalta ja on ikään kuin groteskin ja antikikvan sekoitus: sekä pääteellinen että tasapaksu ja pyöreä. Päätteet ovat lähes tai aivan samanpaksuisia kuin kirjain muutenkin, liittymäkohta on suorakulma eikä paksuuseroja juuri ole.[9]

**i egyptienne i pääteellinen i pääteetön**

The logo consists of the letters 'KOE' followed by the number '15'. The letters are rendered in a bold, outlined, sans-serif font. The 'O' is a simple circle. The '1' and '5' are also outlined and have a slightly stylized, blocky appearance.

Muotoiluinstituutin muotinäytös  
Fashion show of Lahti Institute of Design

Lopullinen KOE15 logo.

Vaikka tunnuksella on näennäisesti kaksi ääriviiva, on sen sisus "umpinainen", mikä mahdollistaa sen käytön kuvan päällä. Ääriviivojen mahdollisesti hukkuessa taustaan, valkoinen sisus näkyy kuitenkin katsojalle.

# Värimaailma

2.3.2

”Värimaailma on keino luoda tunne katsojaan, sekä viestiä ilmeen persoonallisuutta. Se sitoo voimakkaasti brändin yhtenäisyyttä ja luo eroavaisuutta muihin brändeihin.”

– Wheeler, 2013, s. 150 [10]

Tiedostin vahvasti Wheelerin toteamuksen, kun aloin suunnitella ilmettä.

Miettiessäni näytöksen värimaailmaa minua inspiroi voimakkaasti muutama vallalla ollut väritrendi muotimaailmanssa. Värimaailmakenttä muotialalla on hyvin moninainen. Osa muotibrändeistä luottaa hillittyyn värimaailmaan, kun taas osa haluaa erottautua räikeällä ja monipuolisella väripaletilla.

Minua kiinnostivat kaksi ääripäätä: voimakkaat ja kylläisyydeltään korkeat väriyhdistelmät, sekä ”normcorea” edustava hillitty, arkiseksi koettu ja jopa likainen värimaailma.

24

20: Bundecko, 2014–15

21: Commissioned by you, 2014.

22: Silvia Bombardini, 2014.

23: Raul Rossi, \*

[10] Wheeler, 2013, s. 150

\* vuosi ei tiedossa

21: Lontoon taidekoulun ”UAL”  
kesänäyttelyn, 2014 katalogi

20: Future is now editoriaali



20



21



22



23

22: Kuva ”Mumblecore, Normcore, And The In-betweens”-artikkelista, Not just a label-sivustolta

23: Miró-editoriaali



## Värimaailman muodostuminen

### 2.3.2.1

Värimaailman valintoihin vaikuttivat paljon teema-aiheet sekä muoti- ja vaatesuunnittelijoiden ryhmän mielipiteet. Suunnittelijoilla oli voimakkaat näkemykset ilmeen väreistä. Toivomuksena oli, että niissä näkyisi sukupuolettomuus ja ympäristö. Mieleeni oli jäänyt vihreä ja punainen, joita esiintyi muutamien suunnittelijoiden mallistoissa.

Annettujen teemojen lisäksi halusin värimaailman olevan voimakas ja erottuva. Halusin visuaalisen identiteetin nojaavan paljon väreihin. Lähdin rakentamaan värejä siis kahdella periaatteella: maksimaalisella sekä ilmavammalla värien käytöllä.

1 – Ilmavampi-teema: Värien tulisi olla voimakkaat ja kylläiset, jotta ne erottautuisivat valkoisessa ympäristössä. Edellisestä teemasta poiketen värit eivät jakautuisi hierarkioihin, vaan niitä käytettäisiin tasaisesti läpi ilmeen lähinnä korosteena taitossa tai kuvamaailmassa. <sup>24</sup>

2 – Maksimaalinen-teema: Tämä nojaisi vahvasti pää- ja korostevärien yhteistyöhön. Pääväristä olisi käytössä kaksi sävyä: neutraali ja voimakas sävy. Hahmotin värien näkyvän paljon ilmeen kuvamaailmassa, taustavärinä taitoissa sekä typografiassa. Valkoinen tila olisi korvattu jollain neutraalilla värillä. <sup>25</sup>

25

23: Miro-editoriaali



24

24: Out of the Box-editoriaali



25

Ilmava väriteema (ylempi esimerkki) luotti paljon valkoiseen tilaan, sekä sen ja kolmen värin kontrasteille ja yhteistyölle.

Maksimaalista teemaa edustava: puna-viher-yhdistelmä oli toinen potentiaalinen vaihtoehto ilmeen värimaailmaksi (alempi esimerkki).

23: Raul Rossi, \*

24: JUCO Photo, 2014

\* vuosi ei tiedossa

## Lopullinen värimaailma — Värimaailman selkiytyminen

2.3.2.2

Valmistuvat suunnittelijat päätyivät lopulta ilmavampaan puna-sini-keltaiseen -teemaan. Väriyhdistelmä noudatti harmonista kolmen päävärin oppia väriympyrästä. ④ Mursin kuitenkin hieman värejä, koska ajattelin niiden olevan persoonallisempia ilmeessä. Varsinkin punainen sävy koki ison muutoksen, mursin sen vaaleanpunaisempaan suuntaan. Värien tuli olla kuitenkin riittävän kirkkaita luomaan vahva vaikutelma. Niiden ei tulisi herättää liikaa rinnastusta kumpakaan sukupuoleen. Sen lisäksi valitsemaani värimaailmaa ei oltu lähiaikoina käytetty kotimaisten muotinäytösten visuaalisissa ilmeissä.



### ④ väriympyrä teoria – ryb

RYB (red - yellow - blue) -väriympyrä on perinteinen taitelijoiden ja suunnittelijoiden käyttämä väriteoria.

Tämän mallin mukaisesti punainen, keltainen ja sininen sijoittuvat väriympyrään tasavälein; toisen kolmikon muodostavat välivärit violetti, oranssi ja vihreä. Edellämainituista yhdistelmistä syntyy harmoniset kombinaatiot. 26

---

26: Tino Nyman, 2016

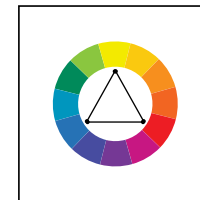
27-28: Acne studio, 2014\*

\* valokuvajaaja ei tiedossa

26: RYB - väriympyrä



27



25



28

27-28: Acne-studion kevään 2014 mallisto

Murretulle keltaiselle toimivat inspiraationa Acnen kevään 14 malliston värit. Siinä murretut sinisen- ja keltaisen sävyt luovat oranssin kanssa hienon värikominaation.

Valittu värimaailma koki kuitenkin vielä muutoksia projektin edetessä. Näytöksen kuvamaailmaa ideoi-  
dessa voimakas punainen väri nousi taas esille vie-  
den värimaailmaa takaisin alkuraiteille. Punaisen  
värin kovan sävyn koettiin olevan voimakas teho-  
keino sinisen ja murrettun keltaisen ohella. Valittu  
vaaleanpunainen uhkasi hukkaa muiden värien rin-  
nalla ja sillä oli riski luoda tyttömäinen mielikuva  
ilmeessä.

Lopullisen väripaletin muodostivat kirkas punainen,  
murrettu keltainen sekä ultramariinin voimakas  
ja haaleampi sävy. Taiton osalta värimaailma oli  
niukka ja ilmava, mikä loi kontrastin valkoista  
puhuvan kokonaisuuden välille.



Visuaalisen ilmeen  
lopullinen väripaletti.

## Kuvamaailma

2.3.3

### Promokuvat

2.3.3.1

Keskityin ensimmäisenä miettimään minkä tyyli-  
nen promokuva olisi hyvä edustamaan tapahtumaa  
ja sen sisältöä. Kuva olisi se visuaalinen elementti,  
joka edustaisi ilmettä melkein jokaisessa jalkautuk-  
sessa. Tämän takia sen ideointi ja toteuttaminen oli  
suuressa osassa prosessiani logon ohella.

Aloin suunnitella mainoskuva seuraavista vaihto-  
ehdoista: omituinen potretti, rakennettu ympäristö  
ilman mallia tai sen kanssa.

1 – *Omituinen potretti*: Perinteisen ”muokkaa-  
mattoman” kasvokuvan sijaan valokuvan ympä-  
rille rakennettaisiin digitaalisesti lisää visuaalisia  
elementtejä. Mallin olemus kuvassa pyrittäisiin  
saamaan jopa luotaantyöntäväksi. Ideana oli myös  
käyttää runsaasti värejä kuvassa, jolloin kuvat  
saisivat valkoista puhuvassa ilmeessä enemmän  
huomioarvoa. 29

2 – *Rakennettu ympäristö*: Näytöstä mainostet-  
taisiin mallin sijaan tavaroilla ja vaatteilla. Studi-  
okuva voisi sisältää ihmishahmon, mutta kasvoja  
ei esitettäisi, vaan jokin osa kehosta rajattuna.  
Ajattelin värimaailman olevan tämän tyyppisissä  
kuvissa melko rajattu. Itse ympäristö olisi vaalea,  
kuvattavien objektien ollessa se väripilkku. Tämä  
tehokeino saisi katsojan kiinnittämään huomion

paremmin objekteihin. Kuvan omituisella rajauksella ja lähietäisyydellä on myös iso painoarvo tämän tyyllisissä kuvissa. Suunnittelin käyttäväni kuvattavina objekteina MUVA11-ryhmän mallistojen vaatteita. 30

3 – Henkilö rakennetussa ympäristössä: Kuvasarja keskittyisi ympäristöön, edellisestä kuvavaihtoehdosta mukaillen. Tosin omituisesti rajatut lähikuvat korvattaisiin laajoilla studiokuvilla, missä malli seikkailee rakennetussa ympäristössä. 31

### *Pääkuvan hahmottuminen & lopputulos*

2.3.3.2

Erikoisempi potretti-teema päättyi lopulta jatkokehittettäväksi pääkuvan osalta. Päädyin kuvasarjajadeaan. Koin kuvasarjan tuovan enemmän sisältöä tapahtuman ilmeelle, kuin pelkästään yhden kuvan kierrättäminen läpi visuaalisen ilmeen. Olin myös päätynyt ajatukseen tasaisesta väripinnasta ja tummuusasteesta läpi kuvasarjan. Elementtien asettelu kuvan päälle helpottui, kun kuvan väripinta ei ollut tummuusasteeltaan liian kirjava.

Idean selkiydyttyä tarvitsimme valokuvaajan toteuttamaan kuvasarjan. Valitsimme tehtävään valokuvaaja Tiina Erosen. Henkilön poissaolevuus kuvassa ja hauskat yksityiskohdat olivat hänen

28

30: kuva Mark Peckmezianin kuvasarjasta

29: Acne studion, syksy/talvi  
2014-15 kampanja

29



30



31



31: Kenzon 2014 syksyn kampanja

29: Vivian Sassen, 2014  
30: Mark Peckmezian, 2014  
31: Toilettepaper, 2014



tavaramerkkinsä valokuvaajana. Olin aikaisemminkin työskennellyt hänen kanssaan, ja se helpotti kuvamaailman jatkoideointia hänen kanssaan.

Valokuvaajalta kumpusi myös idea yksittäisten objektien lisäämisestä mukaan kuvasarjaan henkilön lisäksi. Koin idean rikkovan hyvällä tavalla perinteistä muotimainontaa ja lisäävän mielenkiintoa kuvakokonaisuuteen. Tahattomasti myös niin sanottu modernisoitu "vanitas"-henkisyys tuli osaksi kuvasarjaa, mikä sopi hyvin myös näytöksen aika ja syklisyys -teemaan.

Kuvasarjan piti myös edustaa näytöksen teemaa. Aika sekä perinteisyyden ja moderniin maailman kohtaaminen näkyivät kuvasarjan potreteissa. Mallin vaatteet ja elkeet olivat tyyliältään konservatiiviset ja historialliset. Moderni ja kirkas värimaailma toivat kuitenkin modernin vastapainon kuviin. Teatraalinen henki nykyaikaistettiin omituisella kuvanrajauksella sekä erikoisilla kuvasuunnilla. Mallin olemus oli poissa katsojasta ja kasvot olivat pääosin piilossa.



32: KOE15 ilmeen promokuvien kuvaukset

Kuvasarja toteutettiin yhden päivän aikana koulumme studiossa.<sup>32</sup> Esineet ja malli kuvattiin voimakkaan väritaustan kanssa. Suurin haaste kuvauksissa oli värimaailman ja tasaisen tummuuden muodostaminen yksittäisissä kuvissa. Tummuusasteen tuli olla kuvissa tasainen, jotta muiden visuaalisten elementtien asettelu kuvan päälle olisi luontevaa. Tämä vaikutti siihen, mitä taustaväriä pystyi käyttämään tietyn vaateen tai esineen kanssa. Sen lisäksi oli myös muodostettava hyvä väriharmonia kuvaan. Yksi kolmesta ilmeen väristä tulisi näkyä dominoivana yksittäisessä kuvassa. Yksittäisten kuvien tuli myös toimia keskenään koko kuvasarjaa ajatellen.

Väriyhdistelmiä luotiin lopulta neljä:

1. punainen & sininen, 2. keltainen & valkoinen,
3. sininen & keltainen, sekä 4. sininen & valkoinen

Lopullinen kuvasarja piti sisällään paljon variaatiota. Alun perin olimme suunnitelleet mallin olevan olemukseltaan poissaoleva läpi potrettisarjan. Päädyimme kuitenkin lisäämään kuvasarjaan kuvan, missä mallin kasvot näkyvät. Se vähensi toistoa sarjasta, tasapainottaen sitä sopivasti.

Visuaalinen ilme sisälsi lopulta 11 kuvaa. Nostin pääasemaan viisi kuvaa,<sup>33-37</sup> joita käytin näkyvimmin julisteissa ja internetissä läpi ilmeen. Sarjan kaikki kuvat<sup>38-43</sup> pystyi helposti yhdistämään KOE15-muotinäytökseen.

<sup>32</sup>: Tino Nyman, 2015

<sup>33-43</sup>: Tiina Eronen, 2015

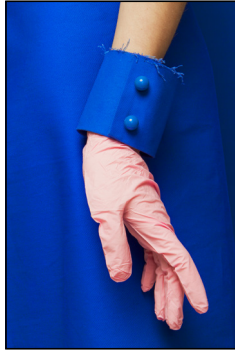








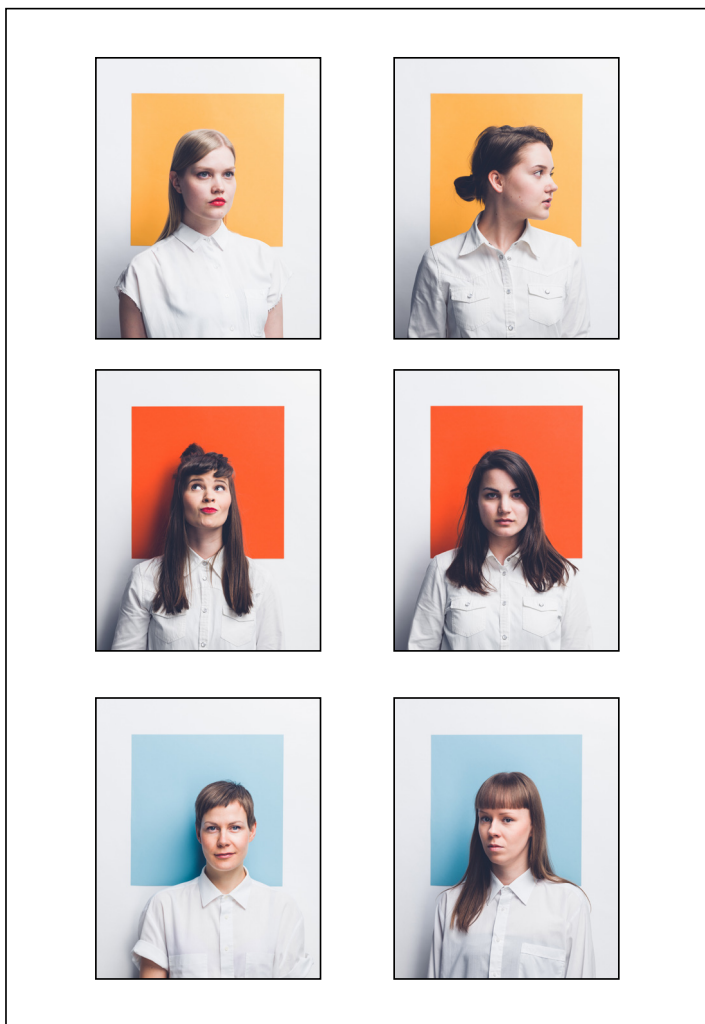




33







## Suunnittelijakuvat

2.3.3.3

Promokuvista poiketen suunnittelijakuvien tuli olla ilmavia ja väriltään riisuttuja. Päävärien käyttö rajoittui pieneen yksityiskohtaan taustalla kaiken muun ollessa valkoisen puhuvaa. 44-49

Suunnittelijakuvat oli tarkoitettu KOE15-nettisivuja ja Facebook-sivustoa varten, missä jokainen suunnittelija esiteltiin mallistonsa yhteydessä. Nettisivut olivat yleisilmeeltään lähes kauttaaltaan valkoiset mikä asetti aikaisemmin mainitut vaatimukset myös suunnittelijakuville. Lopputulos istui nettisivujen visuaalisen linjan kanssa hyvin yhteen edustaen saumattomasti näytöksen visuaalista ilmettä.

Kuvat toteutti Aleksi Tikkala, joka oli kuvannut myös viimevuotisen KOE14-näytöksen suunnittelijakuvat. Asettelimme kuvauksissa elementit jokaisen suunnittelijan pään taustalle, jolloin huomio kuvissa keskittyi pienen väripinnan kehystämänä heidän kasvoihinsa. Linjan tukemiseksi jokaisen suunnittelijan tuli pukeutua valkoisiin, jotta edellä mainittu tavoite ei rikkoutuisi.

# Typografia

2.3.4

Tunnuksen lisäksi typografia vaikutti paljon visuaalisen identiteetin olemukseen. Tekstityyliin ja niiden asettelun tuli personoida tapahtuman visuaalista ilmettä. Varsinkin jalkautukset, joissa kuvia ei käytetty, tarvitsivat vahvan ja vakaan typografisen muotokielen edustaakseen näytöstä selkeästi.

Olin päättänyt ottaa näytöksen teemoja huomioon myös kirjasinvalinnoissa. Pysin typografian olevan sukupuoleton ja sisällyttävän kirjainleikkauksia eri aikakausilta.

Päätin karsia muotimaailmassa perinteisesti käytettyä korkeakontrastisista päätteellisen (serif) kirjasintyylin käyttöä. Se usein edustaa nuorisolle vierasta ja jopa vanhentunutta muotimaailmaa. Tyyli oli ristiriidassa nyt vahvasti vallalla olevaan uni-sex-trendin kanssa, missä suunnittelijat haluavat kokeilla rajoja miesten ja naisten vaatteiden välillä. Päädyin sen takia käyttämään vahvasti päätteetöntä (sans-serif) kirjasintyyliä läpi ilmeen. 52-53

50: Bráulio Amado, 2013

51: Bráulio Amado, 2013

52: Advanced Design Studies,  
The University of Tokyo, 2014.

53: Jaakko Suomalainen, 2013.

(esimerkit: 50 & 51) Venytetyt fontit olivat yksi vaihtoehto luoda eloa visuaaliseen ilmeseen. Kirjainperheen ei tarvinnut olla muotokielellään kovin monimutkainen tai koristeellinen, jos sen muodon rajoja pyrki viemään kokeellisempaan suuntaan venyttämällä.

35



(esimerkit: 52 & 53) Päätteettömät, jopa neutraalit kirjaintyyliin, joihin oli lisätty jokin pieni omituinen piirre toimi alusta lähtien inspiraationa näytöksen typografialle.

”Hyvä typografia on sekä taidetta että viestintää. Niissä molemmissa tarvitaan kontrastia, sillä se asettaa asiat haluttuihin suhteisiin. Kontrasti on vaihtelua, ja vaihtelusta syntyy rytmi. Ilman rytmiä vastaanottajan mielenkiinto sammuu.”

— Itkonen, 2003, s. 77 [11]

Typografisten ratkaisujen tulisi lisätä viestin informatiivisuutta, mutta koin sen myös tärkeäksi välineeksi persoonallisen identiteetin saavuttamiseksi. Jotta molemmat tavoitteet onnistuisivat, loin typografialle kaksi hierarkiaa ilmeessä: luettava ja selkeästi informaatiota välittävä tekstityyli, sekä leipätekstiin sopimaton persoonallisempi tyyli. Nämä ratkaisut toisivat myös sopivaa kontrastia kirjasintyylien välille. Aikaisemmin mainitsemani päätteettömän kirjasintyylin rinnalle nostin myös egyptienne-tyylin, jotta saisin luotua lisää kontrastia ilmeen yleiseen typografiaan. Tämä valinta myös edusti vahvasti aika-teemaa, vanhahtavaksi koettu egyptienne-tyyli toi vastapainoa modernille päätteettömälle kirjasintyyliille.

Ensin päätin määrittää persoonalliset kirjasintyylit johon sen jälkeen sisällyttäisin selkeän leipätekstityylin. Prosessin aloitin hahmottelemalla päätteetöntä kirjasintyyliä.

[11] Itkonen, 2003, s. 77

## Koe15\_sans 2.3.4.1

Jo projektin alkuvaiheessa päätin luoda ilmeelle yhden persoonallisen kirjasinleikkauksen itse. Rakentamalla kirjasinleikkauksen Koe15\_sansin, pyrin pitämään ilmeen typografisen muotokielen hallinnassani.

Kirjainperheessä yhdistyivät geometrisen ja humanistisen groteskin muodot. Humanistisen groteskin elävyys sulautui geometriselle groteskille tyypillisen geometrisen perusmuodon kanssa. Kirjainten muodoissa ei olisi paksuuden vaihtelua, mutta niiden muodot ja mittasuhteet kuitenkin perustuisivat oletusarvoisesti, humanistisen groteskin tapaan, renessanssiajan antiikvoihin.<sup>[12]</sup>

Rajallisen ajan takia pyrin pitämään Koe15\_sansin muotokieleltään yksinkertaisena ja keskityin pelkästään gemenoihin eli pieniin kirjaimiin. Vaikka kirjasintyyli oli tarkoitettu lähinnä otsikoihin ja nostoihin, halusin sen toimivan myös lyhyessä leipätekstissä.

Persoonallisen, omituisen, muotokielen kirjainperheelle loin kirjainten leveyseron ja muotokonstrastin avulla. Osa kirjaimista poikkesi muista leveydellään tuoden vaihtelua ja elävyyttä kirjainperheeseen.

[12] Itkonen, 2003, s. 57



Kun siirryin tekemään fonteista digitaalisia versiota Glyphs-ohjelmalla, päätin riisua erikoisia piirteitä kirjainten muodoista ja keskityin niiden leveyseroihin.

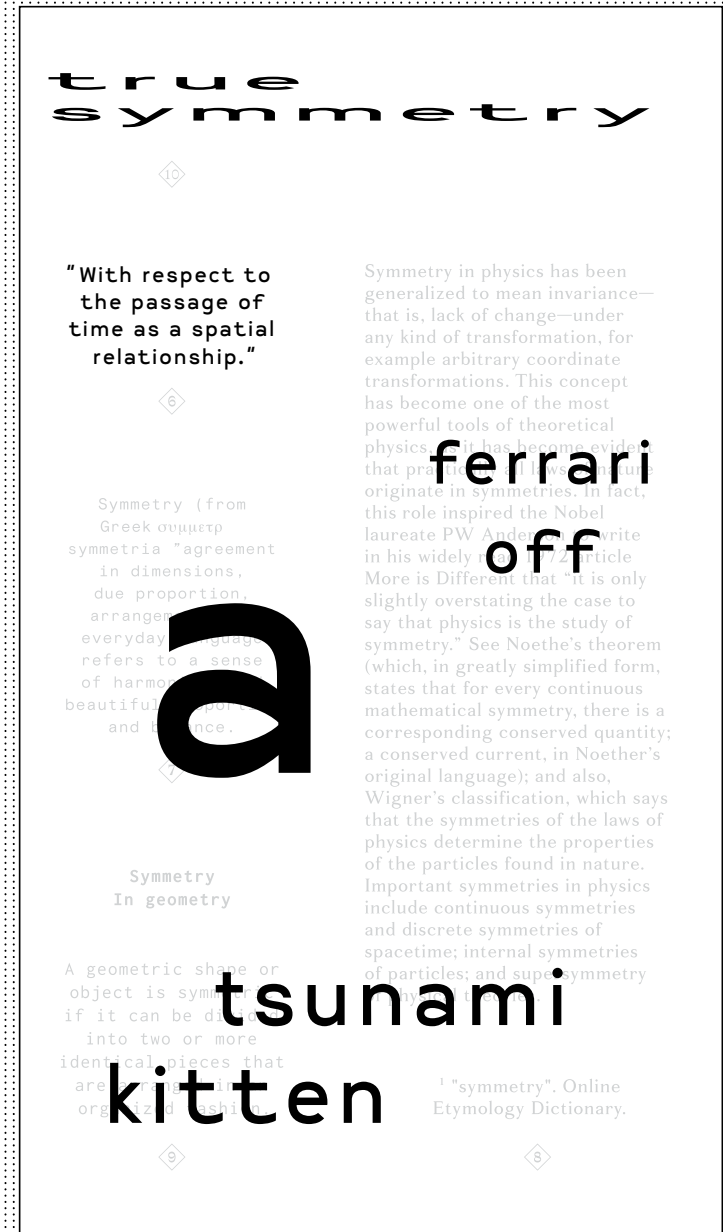
Massasta poikkeaviksi kirjaimiksi nousivat lopulta k-, r-, t- ja f -kirjaimet, myös a-kirjaimen rakensin persoonallisen näköiseksi. ③ Massasta kapeudellaan poikkeavat kirjaimet olivat k- ja r -kirjaimet, ④ kun taas leveitä kirjaimia edustivat t- ja f -kirjaimet. ⑤ Vain muutaman kirjaimen poiketessa kokonaisuudesta, olin luonut sopusuhtaisen omituisuuden/kontrastin kirjainperheelle.

Kirjaimia muotoillessani pyrin jatkuvasti huomioimaan niiden suhteita, välistyksiä ja tyhjää tilaa. Niiden korjailuun meni huomattavasti enemmän aikaa kuin oletin. Lopulta tulin siihen tulokseen, että pitäisin Koe15\_sansin gemenoissa ja tarvittaessa korvaisin isojen kirjaimien käytön toisella kirjainperheellä. Päädyin lopulta Maison Mono-kirjainperheeseen. Kyseinen egyptienne tyylinen kirjainperhe edusti perinteistä monospacea, jossa jokainen merkki vie tasan saman tilan. Kirjainperheen muodot olivat yksinkertaiset ja sopivat hyvin näytöksen oman kirjainperheen kanssa.

a k r t f

③ ④ ⑤

Koe15\_sans- kirjainperheen leveyserot: a-kirjain edustaa keskimääräistä leveyttä, kun taas kirjaimet k-, r-, t- ja f-kirjaimet poikkeavat leveydeltään muista perheen kirjaimista.



## Visuaalisen ilmeen typografia muodostuu

2.3.4.2

Koe15\_sansin ⑥ hahmottuessa aloin suunnitella sille vastaparia. Kokeilujen tuloksena Basis Grotesque ⑦ nousi pariaksi Koe15\_sansin kanssa. Kyseinen kirjainperhe on ottanut vaikutteita ja lainannut paljon muotoja Akzidenz Grotesque -kirjainperheeltä. Valitsemani kirjainperheen muodot ovat "humanaanit" ja vanhahtavat.

Basis Grotesque ei kuitenkaan sopinut leipätekstiksi pitkiin tekstiosuuksiin. Päädyin valitsemaan vielä kolmannen tyylin "pääfonttien" kanssa. Jotta leipäteksti ei liikaa muistuttaisi Koe15\_sansia, päätin viedä sen päätteelliseen suuntaan. Leipätekstiksi valikoitui Fortque-niminen ⑧ kirjainperhe. Se oli muotokieleltään melko klassinen, mutta sisälsi muutaman erikoisen piirteen muotoilussaan, mikä sopi hyvin muun typografian kanssa.

Nettisivuilla edellä mainitut kirjainperheet korvattiin Inconsolata-perheellä. ⑨ Edellä mainituilla fonteilla ei ollut lisenssiä nettiympäristöön, joten Google-fontin Inconsolata oli ratkaisu puutteelle, koska se oli ilmainen ja näkyi varmasti jokaisella koneella.

Ilmeen typografinen hierarkia nettiympäristöä lukuun ottamatta perustui kolmeen edellä mainittuun fonttiin. Otsikoihin ja nostoihin valikoitui Koe15\_sans ja Basis Grotesque: suomenkieliset osuudet ladin Koe15\_sansilla, kun taas englanninkieliset osiot valikoituivat toiselle kirjainperheelle. Käytin levennettyä muotoilua Koe15\_sansista ⑩ otsikoissa, joita halusin korostaa entisestään. Venytetty kirjainmuoto erottui muista muodoista. Leipäteksti kielestä riippumatta oli toteutettu Fortesquella.

## true symmetry

⑩

"With respect to  
the passage of  
time as a spatial  
relationship."

⑥

Symmetry (from  
Greek συμμετρ  
symmetria "agreement  
in dimensions,  
due proportion,  
arrangement") in  
everyday language  
refers to a sense  
of harmonious and  
beautiful proportion  
and balance.

⑦

### Symmetry In geometry

A geometric shape or  
object is symmetric  
if it can be divided  
into two or more  
identical pieces that  
are arranged in an  
organized fashion.

⑨

Symmetry in physics has been generalized to mean invariance—that is, lack of change—under any kind of transformation, for example arbitrary coordinate transformations. This concept has become one of the most powerful tools of theoretical physics, as it has become evident that practically all laws of nature originate in symmetries. In fact, this role inspired the Nobel laureate PW Anderson to write in his widely read 1972 article More is Different that "it is only slightly overstating the case to say that physics is the study of symmetry." See Noether's theorem (which, in greatly simplified form, states that for every continuous mathematical symmetry, there is a corresponding conserved quantity; a conserved current, in Noether's original language); and also, Wigner's classification, which says that the symmetries of the laws of physics determine the properties of the particles found in nature. Important symmetries in physics include continuous symmetries and discrete symmetries of spacetime; internal symmetries of particles; and supersymmetry of physical theories.

<sup>1</sup> "symmetry". Online  
Etymology Dictionary.

⑧

ILMEEN  
TOTEUTUS

3

## Jalkautukset

3.1

Näytöksen peruselementtien valikoituessa aloin soveltamaan niitä ilmeen jalkautuksessa, joka jakautui tuotannollisesti kahteen osa-alueeseen: sähköiseen ja printtimediaan.

Sähköinen media nousi tärkeäksi keinoksi näytöksen markkinoinnissa, koska se oli edullinen ja tehokas väylä. Toinen osa-alue ilmeen jalkautuksessa kohdistui printtimediaan. Vaikka se ei tavoittanut kohdennettua yleisöä internet-maailman tavoin, oli se tapahtuman brändin kannalta tärkeä osa-alue. Sillä tuotiin näytös esiin katukuvaan, joka oli potentiaalinen väylä houkutella uusia kävijöitä tapahtumaan.

Budjetti tuli esille jatkuvasti painomailmaan mentäessä. Painomateriaali ja painaminen maksoivat paljon, ja näytöksen budjetti oli rajallinen.

Projektin edetessä, Aldus-niminen painotalo Lahdesta tuli mukaan tukemaan näytöstä sponsoroimalla näytöksen painomateriaalit. Tämä helpotti materiaalien suunnittelua, mutta ei kuitenkaan poistanut kustannusten mietintää. Paperin ja painomateriaalien formaatti täytyi sopia painotalolle, vaikka budjetti oli niidenkin osalta rajallinen.

40

## visuaalisen ilmeen jalkautukset

a

printtituotteet

–

kutsut

lentolehtiset

julisteet

suunnittelijavivko

käsiohjelma

b

digitaalinen

–

sosiaalinen media

nettisivut

## Kutsut

3.2

Painomateriaaleja miettiessä näytöksen kutsut olivat tärkeimpiä osa-alueita suunnittelussani. Kutsun tuli herättää ihmisten mielenkiinto saapua näyttökseen.

Painetun kutsun suunnittelun haasteena oli raha. Materiaalien kokeileminen ja budjetissä pysyminen veivät eniten aikaa kutsujen suunnittelussa.

Olin päättänyt kutsun olevan kerroksellinen, joka paljastaisi vähän kerrallaan itsestään vastaanottajalle. Toinen osa-alue suunnittelussa koski näyttöksen teemaa; perinteisyys vastaan uusi teknologia. Pyrin noudattamaan teemaa kutsujen materiaali-  
valinnoissa. Halusin yhdistää perinteisen paperin materiaaliin, joka mielletään moderniin maailmaan.

Olin innostunut ajatuksesta, että kutsu olisi eräänlainen avattava lahja. Suunnittelin sen muodostuvan akryylin, paperin, kalvon sekä nauhan yhdistelmästä. Paperi, joka sisältäisi tärkeimmän informaation, sijottuisi akryylin ja kalvon väliin. Akryyli toisi muodon ja lujuuden kokonaisuuteen, kun taas nauha pitäisi tarran avulla sisällön yhdessä. Perinteinen paperi ja nauha olisivat olleet sopiva kontrasti modernille akryylille ja kalvolle.

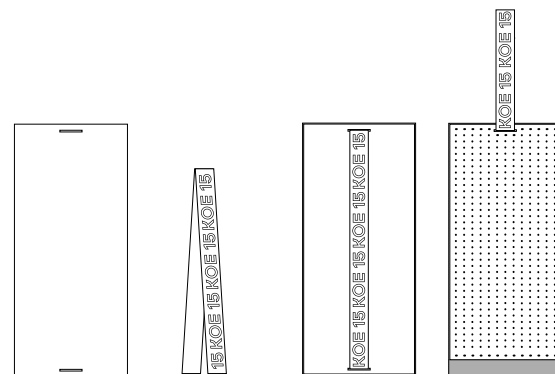
Kokonaisuuden hahmottelin muistuttavan joko modernia lahjapakettia ① tai tapahtumien VIP-passia. ② Lahjapaketti henkisi yksilöllistä arvok-

41

kuutta ja passi puolestaan tietynlaista eksklusiivisuutta. Pakettia koossa pitävän nauhan halusin sisältävän kirjailussaan KOE-tunnuksen.

Alkuperäiseen suunnitelmaan vaikuttivat valitettavasti aika ja raha. Kutsujen määrä oli yli 500 kappaletta, mikä näkyi materiaaleissa isona menona koulun tapahtumalle. Olin ottanut muutamaan nauha- ja akryylitukkuun yhteyttä, mutta he eivät valitettavasti lähteneet sponsoroimaan tapahtumaa.

Päädyin lopulta erilaiseen ratkaisuun alkuperäisestä ideasta. Pidin ajatuksen paketista edelleen mukana, mutta nauha, akryyli ja kalvo saivat uuden



Kutsun komponentit.

①

②



muodon toteutuksessa. Löysin kalvon tilalle mielenkiintoisen ja edullisen kartonkimateriaalin näyttävällä rei'ityksellä. Kartonki kattoi myös näytöksen väriteeman punaisen, keltaisen ja sinisen sävyn värivalikoimassaan. Korvasin kalvon kartongilla ja akryylipalan pahvilla. Nauhan vaihdoin kumilenkkeihin, mikä loi kalvon ja akryylin puuttuessa modernin kosketuksen kutsuun.

Aikaisemman vuoden kutsuista poiketen päätin olla käyttämättä tapahtuman promokuvaa. Kuvamaailman ollessa voimakas ja esillä joka puolella koin kutsun pärjäävän oman materiaalin, kerroksellisuuden ja värimaailman avulla. Sain idean laittaa toisen värillisen pinnan värikkäiden reikäkartonkien alle. Ne toivat huomiota herättävän tehokeinon valkoistapuhuvaan yleisölemukseen. Informaation jaoin kahteen pintaan. Paketin kasassa pitävä pahvi sisälsi informaation näytöksestä. Pienempi lappu, mikä oli aseteltu reikäkartongin alle kokonaisuudessa, sisälsi puolestaan näytöksen ajankohdan ja muut tiedot.

Kuminauhan lisäksi värikkäät teipit pitivät kutsupaketin kasassa. Ne toimivat myös esteettisenä elementtinä kutsuissa, tuoden kolmannen väripisteen kokonaisuuteen. Kutsupaketti oli helppo avata. Sen oli oltava myös vaivaton koota takaisin, jos vastaanottaja halusi säilyttää sen. Kokosimme kutsut yhdessä päivässä Muotoiluinstituutin muoti- ja vaateosaston opiskelijoiden kesken.

42

54: Avaamattomat kutsut



55: Kutsun komponentit

Kutsuista oli kolme versiota. Keltainen kansi oli varattu perusvieraille (klo 20:00). Sininen oli V.I.P.-vieraille (klo 19:00) ja punainen oli englanninkielinen versio siitä.

## kutsu

w Lahden Muotoiluinsti-  
w tuutin KOE15-muotinäy-  
w töksessä esitellään nuorten  
· suunnittelijalupausten asuja,  
m joissa yhdistyvät teollinen  
u ja taiteellinen muotoilu.  
v Tärkeässä roolissa ovat  
a myös materiaalinmuokkaus-  
· tekniikat ja uusin teknologia,  
fi vastuullisuuden periaatteita  
unohtamatta.

/ Jokavuotinen KOE-näytös  
k on osa kokopäiväistä  
o MI15-tapahtumaa. Päivän  
e aikana nähdään Muotoilu-  
1 instituutin opiskelijoiden  
5 projekteja ja kuullaan  
alumnipuheenvuoroja

**paparazzi**  
MEDIA MANAGEMENT

Seppälä

**aldus**

**puhdistamo**

**din skö**

# KOE 15

Muotoiluinstituutin  
muotinäytös

2 0 1 5

43

56: (kuva vasemmalla) Kutsun pohja ja esittelyteksti



57: Kutsun informaatio-osio

Kutsu sisälsi esittelytekstin pohjakartongissa. Kuminauhalla kiinnitettävä osa sisälsi informaation ajasta sekä paikasta.





## Julisteet & flyerit

3.3

Julisteilla ja flyereillä markkinoitiin KOE15-näytöstä rajatun kohderyhmän ulkopuolelle. Tuotteet toimivat myös muistutuksena tapahtumasta.

### Julisteet

3.3.1

Aloin suunnitella ensin julistetta, josta voisin myöhemmin muokata pienempikokoiset flyerit, eli lentolehtiset. Koska ilmeen kuvamaailma on sarja, halusin myös julisteiden noudattavan tätä periaatetta. Laajasta kuvavalikoimasta pystyi hyvin ammentamaan materiaalia kolmen julisteen sarjaan.

Halusin julisteiden toimivan niin yksin kuin vierekkäin katukuvassa. Päätin aluksi sijoitella logon niin, että se jatkuu julisteesta toiseen kun ne asetetaan vierekkäin.

Kokeilin ensimmäisenä logon olevan paljon pinta-alaa vievä elementti julisteessa, joka leikkautuisi kahtia. Logot kulksisivat leikkauskohdasta saumattomasti läpi julistesarjan yksittäisestä julisteesta toiseen. Usean kokeilun jälkeen päädyin "kehys"-ratkaisuun, missä olin monistanut logon nauhamaiseksi elementiksi. Logonauha kulki reunasta

reunaan kehystäen julisteen sisältöä. Sovelsin ratkaisua ensimmäiseen ideaan ja halkaisin logonauhan kahtia siten, että toinen puoli päättyi viereiseen julisteeseen. Logon muotokieli oli selkeä, joten sen pystyi erottamaan selvästi halkaistussa formaatissa. Kummankin puolen logosta täytyi kuitenkin näkyä yksittäisessä julisteessa, jotta sen tunnistaisi varmasti. Vierekkäin laitettuna julisteet muodostivat reunojensa väliin kokonaisen logon.

Kolmen julisteen sarjaan sai myös luontevasti sijoitettua ilmeen värimaailman: jokainen juliste edustaisi yhtä kolmesta pääväristä. Yhden värin edustaessa yksittäistä julistetta sen vastapainoksi täytyi saada toinenkin väri, ettei juliste yksinään aseteltuna menettäisi tehoaan. Ratkaisuna lisäsin julisteeseen voimakkaan väritaustan, joka ympäröisi yhtä ilmeen pääkuvista. Taustavärin määrittäessä julisteen värin kuvat antaisivat toisen kaivatun värielementin julisteelle luoden mielenkiintoisen kontrastin.

Kuvamaailman ja värien ollessa räikeät täytyi julisteen informaatio esittää selkeästi ja johdonmukaisesti. Korostin julisteessa tapahtuman aikaa, paikkaa ja nettisivuja. Nettisivuilta pystyisi myöhemmin onkimaan lisää tietoa tapahtumasta, tästä syystä nostin sen huomioarvoa muihin typografisiin elementteihin nähden.

Julisteen typografian modernius loi sopivan jännitteen kuville. Nykyaikainen, mutta kuitenkin perinteitä henkivä jopa teatraalinen potrettisarja kohtasi nykyaikaisen typografisen muotokielen.





60: KOE15-näytöksen juliste (2/3)



61: KOE15-näytöksen juliste (3/3)







47



## Flyerit – lentolehtiset

3.3.2

Seuraavaksi aloin miettiä lentolehtisten toteutusta ja formaattia. Olin ajatellut monistavani julisteen tyylin flyereihin, mutta päätin kokeilla voisinko rikkoa sen formaattia.

Päätin kokeilla taittaa flyerin kalenteriformaattiin. Näytöksen ajankohta olisi merkattu kalenteriin, ja lehtisen toiselle puolelle olisi ladottu loput tapahtumainformaatiosta. Idea olisi edustanut näytöksen aikateemaa. Tulin kuitenkin lopulta siihen tulokseen, että se oli liian ilmeinen, eikä sopinut tyyllillisesti visuaalisen ilmeen muihin jalkautuksiin.

Riisuin flyerin ilmeen pelkistettyyn julisteeseen. Päätin korvata värillisen taustan valkoisella tilalla; se oli enemmän yleisen ilmeen mukainen sekä helpompi toteuttaa koulun tulostimella. Muuten lentolehtinen jäljitteli julisteen taitollisia ratkaisuja. Pienemmän koon takia sitä oli edullisempi valmistaa. Kolmen pääkuvan sijaan tein lentolehtisistä kahdeksan erilaista versiota. Se on näytöksen ainoa jalkautus, joka esittelee lähes kaikki KOE15-tapahtuman kuvasanjan kuvat.

62-63: KOE15-näytöksen lentolehtisiä

Loppuvaiheessa päätin lisätä flyereihin rei'ityksen. Näytöksen informaation pystyi tarvittaessa repimään pois kuvasta, jolloin se oli helpompi säilyttää.

## Käsiohjelma & suunnittelijakatalogi

3.4

Näytös tarvitsi julkaisut, jotka esittelevät valmis-  
tuvat suunnittelijat sekä kävelyjärjestyksen. Käve-  
lyjärjestys oli tapahtuman kannalta tärkeä, jotta  
kävijät yhdistäisivät näytöksessä esiteltävät vaa-  
tekokonaisuudet niiden suunnittelijoihin. Siihen on  
myös merkitty suunnittelijoiden yhteystiedot sekä  
mahdolliset kotisivut. Monesti kävijät merkitsevät  
mieheisensä mallistot kävelyjärjestykseen, jotta he  
osaavat tapahtuman jälkeen etsiä tietoa suunnit-  
telijasta sekä mahdollisesti ottaa yhteyttä häneen  
tulevaisuudessa. Suunnittelijavihko oli se julkaisu,  
joka esitteli tarkemmin näytöksen päättähtiä, val-  
mistuvia suunnittelijoita.

Aikaisempina vuosina näytöksen kävelyjärjestys oli  
painettu painotaloissa näyttävään formaattiin, kun  
taas suunnittelijavihko oli tulostettu koulussa.

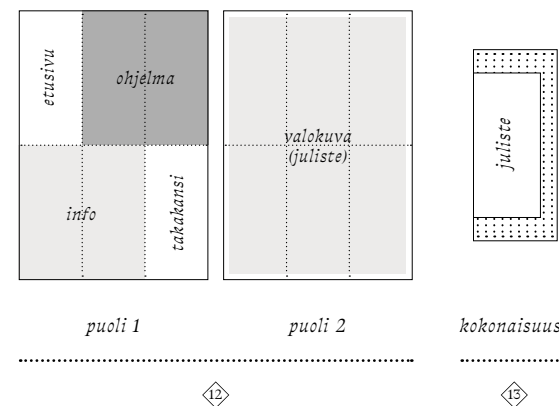
Kävelyjärjestykset olivat määrällisesti isoimpia jul-  
kaisuja näytöksessä, niitä oli painettu 600- 800  
kappaletta. Suunnittelijavihkot oli varattu näy-  
töksen kutsuvieraille. Niiden määrä oli noin 200  
kappaletta. Koska kävelyjärjestys oli se elementti,  
joka jaettiin kaikille näytökseen osallistuville oli sen  
näyttävyyteen eniten panostettu.

Suunnittelin kävelyjärjestyksen pieneen juliste-  
formaattiin. Juliste olisi taitettava ja täysin tai-  
tettuna se näyttäisi lentolehtiseltä. Se avautuisi

48

vihkomaisesti, ja sen näkyvä puoli esittelisi kävely-  
järjestyksen, kun taas piilossa oleva puoli paljastuisi  
avattuna julisteeksi. Pyrin näin hälventämään jul-  
kaisun kertakäyttöisyyttä. <sup>12</sup>

Käsiohjelman ollessa taitettuna melko pienikokoinen  
vihko, halusin suunnittelijavihkon olevan vastapai-  
noksi formaatiltaan iso. Olin suunnitellut, että  
käsiohjelma taiteltaisiin isokokoisemman suunnit-  
telijavihkon ympärille, jolloin molemmat tuotteet  
loisivat näyttävän kokonaisuuden yhdessä. <sup>13</sup>



Valitettavasti projektin edetessä ilmeni, ettei näyttöksen kävelyjärjestys valmistuisi ajoissa siihen päivämäärään mennessä, jolloin materiaali pitäisi toimittaa painotalolle. Jouduin siis luopumaan suunnitelmastani. Suunnittelijavihko otti kävelyjärjestyksen formaatin, mikä on jälkeenpäin ajateltuna paljon loogisempi ratkaisu. Esittely valmistuvien suunnittelijoiden mallistoista päättyisi varmemmin kävijöiden mukaan.

Tällä kertaa suunnittelijoita esittelevä katalogi painettiin painotalossa ja kävelyjärjestys tulostettiin näytöstä edeltävänä päivänä koululla. Tämä ratkaisu säästi menoja näyttöksen budjetista ja vähensi riskiä siitä, että väärää informaatiota päätyisi painotuotteeseen järjestyksen muuttuessa jatkuvasti. Kävelyjärjestys riisutussa muodossaan oli edullisempi ja järkevämpi tulostaa koulun tiloissa. En kuitenkaan halunut tinkiä sen visuaalisuudesta, joten taitoin sen katalogiin sopivaksi kokonaisuudeksi. Lopullinen tuote oli kolmeen osaan taitettu B4-formaatin paperi, joka aseteltiin haitarina suunnittelijakatalogin väliin. Kokonaisuus oli helppo säilyttää osana taitettua katalogia ja ottaa mukaan tapahtuman jälkeen.





65: Taitettavan katalogin julistepuoli



67: Katalogi ja käsiohjelma



50



66: Puoliksi avattu katalogi



68: Avattu käsiohjelma

## *Sähköinen ympäristö: nettisivut & sosiaalinen media*

3.5

Sähköinen ympäristö sisälsi näytöksen nettisivut sekä sosiaalisen median. Päävastuualueettani olivat Koe15-nettisivusto ja Facebook-ympäristön ulkoasu. Instagram, joka myös koettiin tärkeäksi sähköiseksi ympäristöksi, kuului muoti- ja vaatesuunnitteluosaston kolmannen vuosikurssin vastuulle.

Tänä vuonna perinteisen Trendi-lehden mainoksen jäädessä pois nettiympäristö ja varsinkin sosiaalinen media nousivat näytöksen näkyvyyden kannalta tärkeimmiksi väyliksi. Sosiaalisen median tuli lisätä KOE15-tapahtuman näkyvyyttä ja ohjata kävijöitä nettisivustolle. Sivuston taas oli tarjottava kävijöille tietoa näytöksestä ja houkutella osallistumaan tapahtumaan.



## Sosiaalinen media

### 3.5.1

Facebook oli väylä, jota käytimme pääasiallisesti sähköisessä mainonnassa.

Päätin käyttää isoa yksittäistä väripintaa tapahtuman kansikuvassa, joka julkaistiin Facebook-palvelun käyttäjien seinällä. Toivoin sen erottuvan sen ajan tapahtumien visuaalisista trendeistä. Tapahtuman kansikuvan tuli viestiä, että kyseessä oli muotinäytös sekä tuotava tapahtuman pääsponsorit hyvin esiin. Kuva itsessään viesti muodista, mutta muut elementit (*perustiedot: aika, paikka ja sponsorit*) tuli asetella tarkasti rajattuun tilaan.

52

69-70: Facebook-kansikuva tapahtumalle



## *Tapahtuman nettisivusto*

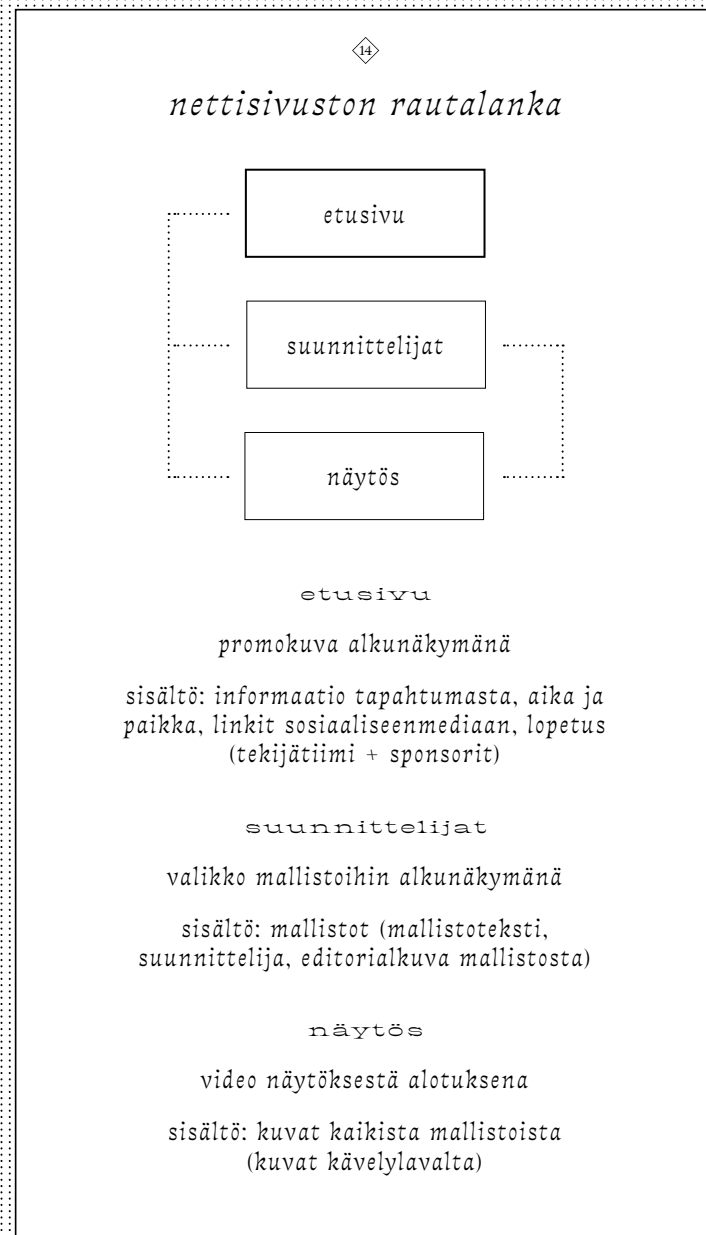
### 3.5.2

Nettisivujen pääasiallisena tarkoituksena oli kertoa tapahtuman ajankohta ja paikka sekä esitellä valmistuvia suunnittelijoita. Itse tapahtumasta toivottiin myös kuvia jälkikäteen sivustolle.

Sivuston rakenne suunniteltiin edellä mainittujen osa-alueiden perusteella. Etusivu kertoi tarvittavan informaation näytöksestä. Etusivun ”suunnittelija-osiossa” esiteltiin valmistuvat suunnittelijat. Kyseiselle sivulle koottiin kuvat MUVA11-ryhmän jäsenistä sekä jokaisen mallistosta yksi editorialkuva. Kolmannen ”näytös”-osion tuli taas esitellä näytöstä kokonaisuudessaan. <sup>(14)</sup>

Suunnittelin sivuston alusta lähtien, mutta tarvitimme niiden toteutusta varten pätevän ohjelmoijan. Projektiin valikoitui lopulta Daniel Patty. Häneltä sain paljon uutta tietoa nettisivujen suunnittelusta ja toteutuksesta.. Tämä helpotti paljon suunnittelmieni muotoutumista lopulliseen suuntaan sivuston osalta.

53



## a - Etusivu

Haasteena oli informatiivisuus, mutta samalla myös sivuston houkuttelevuus. Aloituksen osalta taistelin pitkään pelkän kuvan käytön ja informatiivisemman ”kaikki esillä”-tyylin välillä. Päädyin lopulta ison promokuvan käyttöön, joka hävisi rullautuessa paljastaen altaan näytöstä esittelevän tekstin.

Aika ja paikka esiteltiin heti edellä mainitun tekstiosion jälkeen. Jotta huomio keskittyisi aikaan ja paikkaan, taitoin ne rohkeammin ja erikoisemmin kuvien sekaan. Tämä loi kontrastin infon ja ”kui-  
van” tekstimassan välille, lisäten samalla sivuston mielenkiintoa käyttäjälle.

Etusivun loppuun taas sisällytimme ”pakolliset” asiat: logot, sponsorit, listan tuotantoryhmästä, sekä sosiaalisen median painikkeet. Viimeinen osio oli hierarkisesti selkeä, informatiivinen ja valkoista puhuva.

Sivuston mielenkiintoa lisäsin ison kuvan käytön sekä sisällön ryhmittelyn lisäksi muutamilla efekteillä. Aloituskuva haihtui pois hiiren rullatessa, sekä ajan & paikan info-osio sisälsi limittäin liikuvia elementtejä. Osa kuvista oli staattisia, ja ne pysyivät taustalla paikoillaan loppusisällön liukuessa niiden yli käyttäjän edetessä sivustolla.

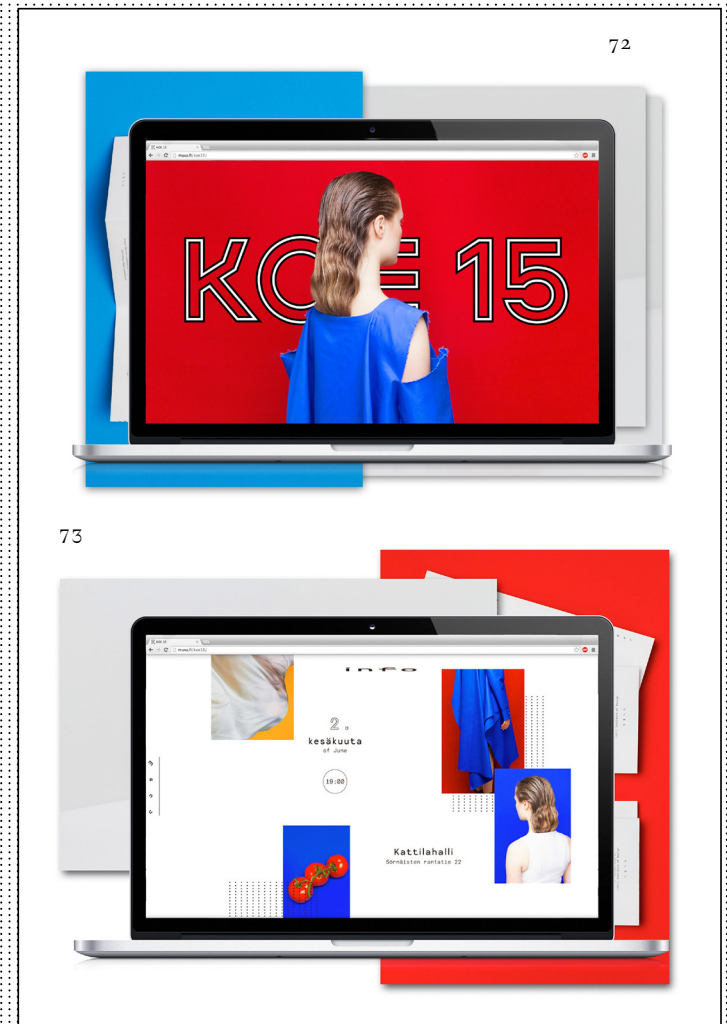
72-73: KOE15-näytöksen etusivu

Sivuston alkunäkymä (ylempi kuva), sekä aikaa ja paikkaa esittelevä osuus (alempi kuva).

---

72-73: Tino Nyman, 2015

54



74



75



55

## B – Suunnittelijat

Sivun ensisijainen tehtävä oli esitellä näytöksen kohokohta, mallistot ja niiden suunnittelijat.

Haasteena sivun yleisilmettä rakentaessani olivat toisistaan poikkeavat editorial-kuvat. Päädyin pitämään jokaisen suunnittelijan kuvat yksinään omassa näkymässä. Sivustoa yhdisti visuaalisesti yhtenäiset suunnittelijapotretit, mikä loi yleisilmeeltään hallitun kokonaisuuden. Jotta sivusto ei kuitenkaan menisi liian monotoniseksi, personoin typografisesti jokaisen suunnittelijan ”kansikuva”-osion. Tekstin asettelu otsikoiden osalta oli aavisituksen toisistaan poikkeavat.

Sivusto oli sisällöltään hyvin laaja. Rakensimme Danielin kanssa suunnittelijat-osiolle yksinkertaisen navigoinnin lisäten sen käyttäjäystävällisyyttä. Tällä tavalla tietyn suunnittelijan hakeminen sivustolta oli helppoa.

74-75: KOE15-nettisivuston suunnittelija-osio

*Sivuston suunnittelijapotretti toimi kunkin suunnittelija-osion aloituksena (ylempi kuva), joka päättyi malliston editorial-kuvaan (alempi kuva).*

74-76: Tino Nyman, 2015



## C – Näytös

Näytössivujen tuli esitellä tapahtuman kaikki mallit. Kaikki kuvat vaatteista olivat catwalkilta, kävelylavalta.

Tapahtuman jälkeen sivuille tuli päivittää kuvat näytöksen kävelylavalta. Kuvat olivat hyvin samantlaiset, koska ne olivat kuvattu samasta kuvasuunnasta, samalla taustalla. Päätin esitellä ne yksittäin jokaisessa näkymässä antaen esiteltävälle vaatteelle suuremman huomion. Kuvia oli paljon, joten navigaatio oli myös ehdoton käytettävyyden kannalta.

### Sivusto kokonaisuudessaan

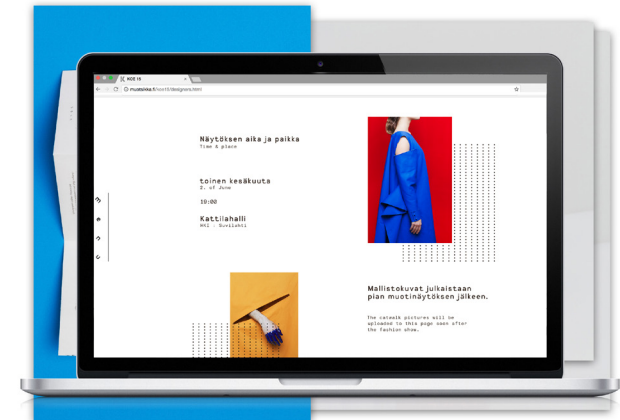
3.5.3

KOE15-tapahtuman nettisivut edustivat selkeästi näytöksen visuaalista linjaa. Sivusto oli valkoistapuhuva kokonaisuus, jossa on käytetty tehokkaasti ilmeen vahvinta elementtiä, kuvia. Typografian osalta jouduttiin tekemään paljon kompromisseja. Sivuston hallitsevaksi kirjainperheeksi perustekstin osalta valikoitui Inconsolata. Otsikoissa on pyritty käyttämään ilmeen ”alkuperäisiä” kirjainperheitä kuvan muodossa. Siten luotiin samanlainen yleis-olemus painotuotteiden ja nettisivuston välille.

Sivustot piti päivittää melkein heti tapahtuman jälkeen. Valitettavasti sivujen rahoituksessa oli mennyt jokin pieleen, ja sivut kaatuivat viikon päästä näytöksestä. Täten päivitystä ei ikinä toteutettu. Päivittämätön versio on kuitenkin ladattu muotsikka-sivuston alle – [www.muotsikka.fi/koe15](http://www.muotsikka.fi/koe15).

56

### 76: KOE15-nettisivuston päivittämätön näytös-osio



76

Tapahtuman nettisivusto ei koskaan nähnyt päivitettyä versiota: näytöksen video ja ”catwalk”-kuvat puuttuvat näytös-osioista.

P Ä Ä T Ä N T Ä

4

## Itsearviointi

### 4.1

Kokonaisuutena projekti on mielestäni onnistunut ja suoriuduin pääsääntöisesti hyvin asettamassani tavoitteessa. Koen kuitenkin vasta jälkikäteen hyväksyneeni projektin lopputuloksen. Näytöksen loppuessa en ollut täysin onnellinen produktin lopputuloksesta ja mielessäni olivat muutamat epäonnistumiset.

Ilmeen visuaalinen anti ei ollut niin rohkea ja räikeä, mitä toivoin projektin alussa. Toinen harmittava osatekijä oli muutamat aikataululliset ongelmat. Niin tapahtuman nettisivut kuin kutsut myöhästyivät muutamalla päivällä. Olin haukannut liian ison palan, enkä suostunut delegoimaan tiettyjä osa-alueita eteenpäin. KOE15-sans-kirjainperhe ei ehtinyt nähdä hiottua muotoaan ja versaaleja kirjaimia, koska aika loppui kesken.

Edellä mainituista vajavaisuuksista huolimatta olen tyytyväinen projektiin ja omaan kontribuutioon siinä. Onnistuin mielestäni pitämään kokonaisuuden hyvin kasassa, vaikka tekijöitä ja mielipiteitä oli paljon projektissa. Samoin tuotannolliset asiat onnistuivat kiireestä huolimatta toteuttamaan hyvin.

Suunnittelin onnistuneen kokonaisuuden ja toteutin tuotannollisen osion lähes täysin itse.

Budjetointi onnistui melko hyvin. Alduksen sponsorointiapu oli erittäin tärkeä painotuotteiden osalta. Koin rajatun budjetin kuitenkin enemmän kehittävän ongelmanratkaisukykyäni ja luovuuttani, kuin rajoittavan sitä.

Kommunikointi ja työskentely työryhmän kanssa onnistui myös hyvin. MUVA11-ryhmä oli pääosin tyytyväinen ilmeeseen. Suuria ongelmia suunnittelijaryhmän kanssa ei ollut. Osasta alkuperäisiä ideoita luovuttiin, riskinä nähtiin niiden olevan turhan räikeitä ”kohderyhmälle”, sekä hautaavan informatiivisuutta alleen.

Koen oppineeni projektista paljon: itsenäisen työskentelyn, kokonaisuuden hallinnan sekä yhteistyökyvyn. Projekti oli minulle haastava. Olin alussa liian kunniahimoinen ja jouduinkin pettymään matkan aikana muutaman kerran. Koen sen kuitenkin olleen opettavaisempaa ja kehittävämpää, kuin mitä saumaton suorittaminen olisi tarjonnut minulle.

## Visuaalinen ilme kokonaisuudessaan

### 4.2

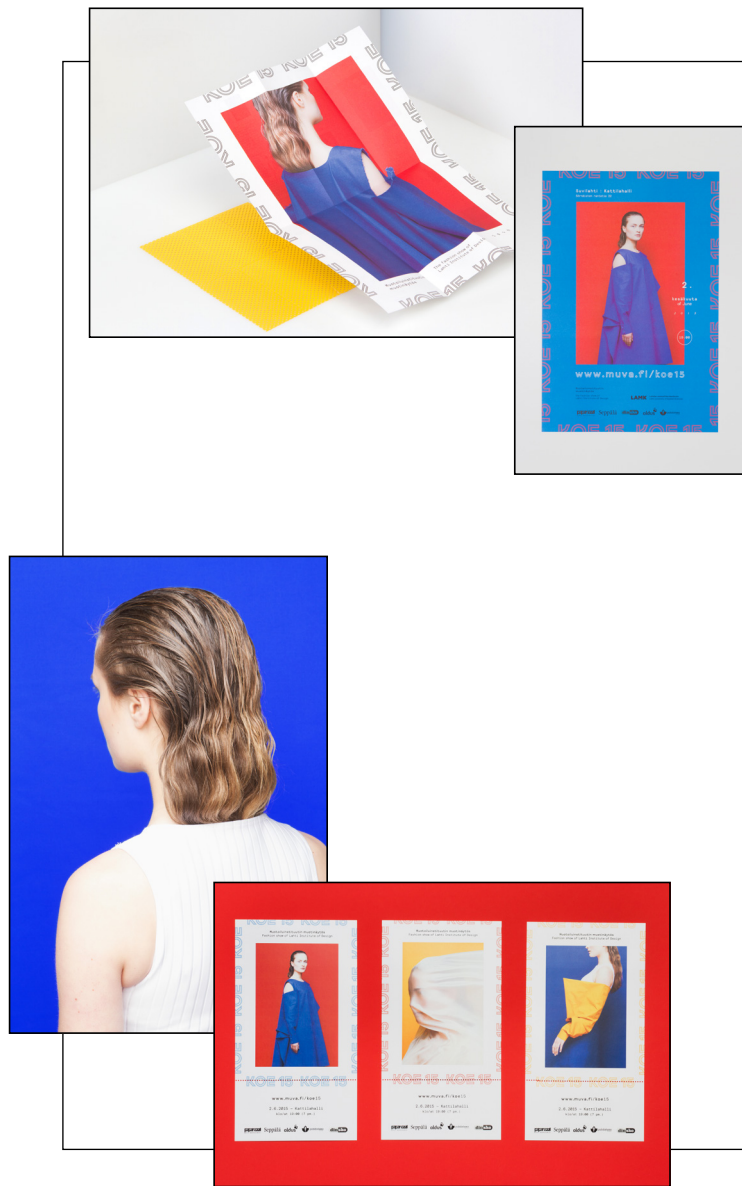
KOE15-näytöksen ilme on erilainen aikaisempiin vuosiin ja muiden koulujen tapahtumailmeisiin verrattuna. Graafisen suunnittelijoiden keskuudesta sain positiivista palautetta ilmeen osalta. Ilme valikoitui vuoden 2015 Vuoden Huiput -kilpailun shortlistalle Nuoret luovat -kategoriassa.

Yhteistyö valokuvaaja Tiina Erosen kanssa oli onnistunut, ja vahva kuvamaailma sai paljon kiitosta. Julisteet olivat huomiota herättäviä ja poikkesivat silloisesta julistemaailmasta Helsingin katukuvassa. Daniel Pattyn kanssa toteutut värikkäät nettisivut saivat myös positiivista palautetta.

Harkittu ja järjestelmällinen ilme luottaa tunnistettavuuteensa muutamien elementtien osalta, mutta ei kierrätä niitä liikaa läpi ilmeen. Kutsut esimerkiksi ovat tunnistettavissa KOE15-ilmeeseen, vaikkakaan niissä ei ole käytetty ilmeen vahvaa kuvamaailmaa. Ilme pysyy täten tunnistettavana, vaikka siitä poistaisi jonkin elementin, mikä on Alina Wheelerin mukaan yksi perusehto onnistuneelle kokonaisuudelle.<sup>[13]</sup> Koen ilmeen olevan yksinkertainen, mutta riittävän voimakas. Elementit ovat harmoniassa keskenään ja muutamit voimakkaat yksityiskohdat, kuten kuvat ja logon käyttö ovat huomiota herättäviä. Ilme on raikas ja helposti lähestyttävä, silti edustaen kulttuuritapahtumaa.

---  
[13] Wheeler, 2013, s. 148





60



# LÄHTEET

## Kirjallisuus

5.1

Hinkka Jorma, (2012)

*Graafisen suunnittelijan toinen kieli*  
2012, Helsinki: Aalto ARTS Books

Itkonen Markus, (2007)

*Typografian käsikirja,*  
2007 – kolmas painos, Helsinki:  
RPS-yhtiöt

Møllerup Per, (1985)

*Coca-Kodak, Yrityksen graafinen ohjelma,*  
1985, Helsinki: Alform Oy

Vuoti Aino-Maria, (2013)

*Visuaalisen ilmeen luominen*  
*KOE 13-muotinäytökselle,*  
2013 – Lahti: N-paino

Wheeler Alina, (2013)

*Designing Brand Identity,*  
2013 – neljäs painos, Yhdysvallat:  
John Wiley & Sons, Ink.

Digitaalinen:

Korhonen Veera, (2007)

*Graafinen ilme yrityskuvan*  
*rakentajana, Satakunnan ammatti-*  
*korkeakoulun opinnäytetyö.*

[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/913/Korhonen\\_Veera.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/913/Korhonen_Veera.pdf?sequence=1)

Ulrika Juselius, (2004)

*Typografia,*  
<http://www.phpoint.fi/ulrikaj/www/typo.htm>

## Sähköiset lähteet

5.2

Acne studios

<http://www.acnestudios.com/fi/en/home>

Cargo

<http://cargocollective.com/>

Dazed

<http://www.dazeddigital.com/>

DOMO-A inspiration blog

<http://domoa.tumblr.com/>

It's Nice That

<http://www.itsnicethat.com/>

Jaakko Suomalainen

<http://suomalainen-type.tumblr.com/>

Kenzo

<https://www.kenzo.com/>

Oculito blog

<http://b-c-u-l-t-o.com/>

SSAW

<http://ssawmagazine.com/>

Toiletpaper

<http://www.toiletpapermagazine.org/>

WÄRK:fest

<http://www.warkfest.org/>

# Kuvalähteet

5.3

- o Malli KOE 15-näytöksen lavalla  
Aleksi Tikkala, 2015
- 1 KOE 14-näytöksen juliste  
Tiina Eronen, 2014
- 2 KOE 14-näytöksen kutsu  
Tiina Eronen, 2014
- 3 Acne studion, syksy / talvi  
2014 – 15 kampanja, 2014  
<http://www.idolmag.co.uk/fashion/acne-studios-x-viviane-sassen-still-lives/>
- 4 Kenzon, kevät/kesä 2013  
kampanjan promokuva, 2013  
<http://www.thestyleexaminer.com/2013/01/kenzo-springsummer-2013-campaign.html>
- 5 SSWAW kevät/kesän 2014 numero, 2014  
<http://ssawmagazine.tictail.com/product/ssaw-spring-summer-2014-2058218>
- 6 MUVA 11-ryhmä  
Aleksi Tikkala, 2015
- 7 Puolalais-opiskelijakollektiivin  
kalenteri, 2015  
<https://www.behance.net/gallery/21879977/12-young-polish-illustrators-vs-4-seasons-of-the-year>
- 8 Angelina yrityksen pesulappu, 2014  
<https://www.behance.net/gallery/15379497/ANGELINA>
- 9 Angelina-yrityksen hintalappu, 2014  
<https://www.behance.net/gallery/15379497/ANGELINA>
- 10 José de Guimarãesin taidekeskuksen  
(CIAJG) julkaisu, 2015  
<https://www.behance.net/gallery/19807101/Contemporary-Art-Museum-Logo-Identity>
- 11 Utopiales-fontti, 2016  
<https://www.axel-pllthv.tumblr.com>
- 12 Acne studion vuoden 2014  
kampanjan promokuva, 2014  
<http://www.modelsblog.info/2014/03/05/zlata-mangafic-for-acne-studios-campaign/>

sivut: 6–17

- 13 Bonsoir Studion editoriaalkuva  
Metal-lehteen, 2014  
<https://bonsoirparis.fr/#!/project/japan>
- 14 Acne studion vuoden 2014  
kampanjan promokuva, 2014  
<https://bonsoirparis.fr/#!/project/japan>
- 15 Tönis Saadoja-näyttelyn  
juliste, 2015  
<https://www.behance.net/gallery/29912319/Tonis-Saadoja-Exhibition>
- 16 Flow-festivaalin, vuoden  
2014 juliste, 2014  
<http://www.tsto.org/work/flow-2014/>
- 17 "Liberal" kuvitus  
<http://chasematt.com/>
- 18 Fliqlo-näytönsäätäjä  
<https://itunes.apple.com/us/app/fliqlo/id900833042?mt=8>
- 19 Kenzo - tunnus  
<http://logok.org/kenzo-logo/kenzo-logo-black-line/>
- 20 Future is now-editoriaali,  
2014–15  
<http://bundenko.com/e-01/>
- 21 Lontoon taidekoulun "UAL"  
kesä-näyttelyn, 2014 katalogi,  
2014  
[http://www.commissionedbyyou.com/lce\\_summershows.html](http://www.commissionedbyyou.com/lce_summershows.html)
- 22 "Mumblecore, Normcore, And  
The In-betweens"-artikkelikuva,  
2014  
[https://www.notjustalabel.com/sites/default/files/images/editorial/essay/mumblecore\\_normcore\\_and\\_the\\_in-betweens/images/mumblecore\\_normcore\\_and\\_the\\_in-betweens\\_notjustalabel\\_1719640196\\_o.png](https://www.notjustalabel.com/sites/default/files/images/editorial/essay/mumblecore_normcore_and_the_in-betweens/images/mumblecore_normcore_and_the_in-betweens_notjustalabel_1719640196_o.png)
- 23 Miró-editoriaalkuva  
<http://cargocollective.com/cherrysmakeup/filter/model/MIRO>

sivut: 18–24

63

- 24 Miró-editoriaalkuva  
<http://cargocollective.com/cherrysmakeup/filter/model/MIRO>
- 25 Out of the Box-editoriaali,  
2014  
<http://www.jucophoto.com/>
- 26 RYB-väriympyrä  
Tino Nyman, 2016
- 27 Acne-studion kevään 2014  
malliston lookbook kuva, 2014  
<http://www.acnestudios.com/>
- 28 Acne-studion kevään 2014  
malliston lookbook kuva, 2014  
<http://www.acnestudios.com/>
- 29 Acne studion, syksy / talvi  
2014 – 15 kampanja, 2014  
<http://www.idolmag.co.uk/fashion/acne-studios-x-viviane-sassen-still-lives/>
- 30 untitled – Mark Peckmezian  
[www.flickr.com/photos/spassk/10021273416/in/photostream/](http://www.flickr.com/photos/spassk/10021273416/in/photostream/)
- 31 Kenzo 2014 syksyn  
kampanjan promokuva, 2014  
<http://www.thecoolhour.com/2014/07/kenzo-x-toiletpapr-fall-2014-ad-campaign/>
- 32 KOE15 promokuvien kuvaukset  
Tino Nyman, 2015
- 50 MAD-LIB[rary]:n 4. juliste  
<http://www.braulioamado.net/>
- 51 MAD-LIB[rary]:n 2. juliste  
[https://www.behance.net/gallery/10377215/MAD-LIB\(rary\)-2](https://www.behance.net/gallery/10377215/MAD-LIB(rary)-2)
- 52 STIK-paviljongin lentolehtinen  
<https://www.behance.net/gallery/21510735/STIK-Pavilion-Exhibition>

sivut: 25–35

- 53 Man Yau sans-kirjainperhe  
<http://suomalainen-type.tumblr.com/>
- KOE15 ilmeen kuvat:
- 33–43 KOE15 promokuvat  
Tiina Eronen, 2015
- 44–49 Suunnittelijakuvat  
Aleksi Tikkala, 2015
- 54–57 KOE15 kutsut  
Tiina Eronen, 2015
- 58–61 KOE15 julisteet  
Tiina Eronen, 2015
- 62–63 KOE15 lentolehtiset  
Tiina Eronen, 2015
- 64–68 KOE15 katalogi &  
kävelyjärjestys  
Tiina Eronen, 2015
- 69–70 KOE15 Facebook  
kansikuva  
Tino Nyman, 2015
- 71 KOE15 kansikuva  
Suvilahteen  
Tino Nyman, 2015
- 72–73 KOE15 nettisivusto:  
etusivu  
Tino Nyman, 2016
- 74–75 KOE15 nettisivusto:  
suunnittelijat  
Tino Nyman, 2016
- 76 KOE15 nettisivusto:  
päivittämätön näytös-osio  
Tino Nyman, 2016
- 77 Kokonaisuus ilmeestä  
Tino Nyman, 2016

sivut: 20–60



## K I I T O S

Isot kiitokset projektin osalta kuullu KOE15-tiimin sydämelle,  
MUVA11-vuosikurssille. Ryhmän kanssa on ollut ilo työskennellä!

Erityiskiitokset ovat ansainneet Tiina Eronen, Aleksi Tikkala ja  
Daniel Patty onnistuneesta yhteistyöstä. Edellämainitut lahjakkuudet  
ovat tuoneet projektille paljon lisäarvoa.

Haluan myös kiittää Penni Osipowia, Julia Ojapeltoa, sekä Minna  
Cheungia mielipiteistä ja ohjauksesta opinnäytetyöni osalta. Myös  
kouluvuosieni osalta haluan muistaa Kari Halmetta, Christoffer Lekaa,  
Eero Auliota ja vuosikurssiani. Kouluvuodet ovat menneet nopeasti ja  
olen saanut oppia paljon teiltä!

Kiitokset myös Matilda Diletta Riikantytär Leppäkoski ja  
Laura Heikkala mielipiteistä, tuesta, sekä vinkeistä niin projektin kuin  
arjen tiimoilta. Isoin kiitos vanhemmilleni ehdottomasta tuesta.



